

IMPECABLE

ABRIL 2026

transport **BY**
DELANCHY® III

REVISTA RSE y +





A Lili...



«¡Era una auténtica alegría conducir desde la mañana hasta la noche!»

Louis Delanchy, conocido como «Lili», uno de los cofundadores de la empresa, se ha ido.

Junto a él, nos deja mucho más que un hombre, sino una piedra angular, una memoria viva y un pilar del Grupo DELANCHY.

La trayectoria de Louis Delanchy va de la mano con la historia de la empresa. Con un título de cerrajero, después de haber cursado unos estudios que su padre le había animado a seguir en contra de su voluntad (ya que él quería ser mecánico), ejerció este oficio hasta que se alistó en el servicio militar.

A su regreso, Louis Delanchy retomó los sueños de su infancia y consiguió trabajo como camionero en una gran empresa de transportes. El solo hecho de trabajar en esto le bastaba para ser feliz: *«¡Era una auténtica alegría conducir desde la mañana hasta la noche!»* Louis Delanchy adquirió los conocimientos básicos del oficio, viajando varias veces a la semana a París, Burdeos o Lyon antes de incorporarse a la empresa familiar.

En una entrevista que concedió con motivo de la publicación de un libro sobre la empresa, Louis confesó: *«Ange, a nuestro padre le encantaba el producto; estaba impregnado por la pesca. Fue una gran personalidad, un ejemplo a seguir, que logró criar a ocho hijos a pesar de sus muy modestas condiciones. Era un hombre que destacaba entre los demás.*

«Tenía grandes cualidades humanas, pero también era un hombre duro y un trabajador excepcional».

Además, transmitía su pasión: *«De niño, ya quería ser camionero»*, añadía Louis, quien también sentía una gran admiración por Joseph: *«Jo tenía muchas ganas de montar una empresa de transporte. Nos presentó su idea y todos lo apoyamos. ¡Las ganas eran tantas que todos estábamos entusiasmados!».*

Así fue como, en 1968, Jo, Louis y Ange Delanchy se arriesgaron a endeudarse para comprar su primer camión y emprender el negocio del transporte de pescados y mariscos.

A modo de homenaje al padre, en el camión figuraba escrito, con letras grandes, el nombre de la empresa: «Ange Delanchy e hijos». «Era tanto para complacerle, como una señal de agradecimiento», explicaba Louis Delanchy.

Louis participó en toda la aventura: acompañó a Joseph a Concarneau para contactar con los expedidores y, poco después, construyó el primer taller *«de madera, algo pequeño sin importancia»* antes de ver cómo la empresa crecía año tras año.

Con el paso del tiempo, llegó a contratar a todos los miembros de la familia que querían participar en el negocio: ¡el padre, cinco hermanos, una hermana y dos cuñados trabajaban entonces juntos en la empresa! Una aventura humana como pocas.

A medida que la actividad iba creciendo, Louis iba adaptando su función. En los años 70, fue dejando poco a poco el trabajo en la carretera para dedicarse a la organización y la gestión, sobre todo en el puerto de Lorient y, posteriormente, a la dirección de la agencia de Guidel.

Incluso tras jubilarse, Louis nunca se alejó del todo de la empresa.

Debido a su apego y su pasión, seguía acudiendo con regularidad para estar al tanto de la vida de la empresa, intercambiar opiniones y transmitir sus conocimientos.

Siempre fue un hombre de terreno, profundamente apegado a sus raíces, a su familia y a esta empresa que ayudó a construir:

«Hemos vivido algo extraordinario, aunque no haya sido fácil».

Gracias, Louis.



Hemos renovado el formato de nuestro informe para que resulte más atractivo y accesible, pero también más orientado hacia la sociedad.

¡Aire, empuje y buen aspecto!

Una empresa de transporte de productos frescos tiene una gran responsabilidad en cuanto a:

- la huella de carbono,
- la calidad del aire,
- la conservación de los recursos naturales, en particular, el agua,
- la seguridad vial,
- la seguridad alimentaria,
- el desarrollo del capital humano.

Esos son los aspectos clave en que se basan nuestros indicadores, recogidos en el informe de RSE que se incluye con esta revista y que se presentan de forma clara, coherente y comparable desde el inicio de nuestra iniciativa en 2017.

Sin embargo, la visión de la responsabilidad que hemos ido desarrollando desde la creación de la empresa, en 1968, es mucho más amplia y, por así decirlo, mucho más global. Esta comprende:

- la necesidad de mantener nuestra rentabilidad para garantizar la independencia y la perdurabilidad de la actividad y de los empleos que dependen de ella,
- la fidelidad hacia nuestro ecosistema europeo y local, en todos los lugares donde estamos presentes, y ante todas las ramas, en particular, el de la economía marítima,
- la capacidad de anticipación y la proactividad para inventar y reinventar nuestras actividades y contribuir a las transiciones medioambiental y social que están redefiniendo el transporte y la logística del futuro,
- el entusiasmo por presentar y defender nuestra cultura empresarial,
- ¡El orgullo de ejercer una profesión que tiene sentido y cuya importancia fundamental quedó patente durante la pandemia de COVID-19!

A fin de reflejar esta realidad, hemos renovado el formato de nuestro informe con el fin de hacerlo más atractivo y accesible, pero también más abierto a la sociedad, cuyos cambios influyen en nuestra realidad y en la que, humildemente, nosotros también influimos. Si tuviera que resumir nuestro propósito, diría que lo que queremos expresar aquí es: *«aire, empuje y buen aspecto!»*.

Aire, porque queremos que la empresa esté abierta a las grandes aspiraciones de su época.

Empuje, ya que más allá de esta mentalidad abierta, queremos ser proactivos y fieles al espíritu pionero que nos ha animado desde siempre.

Por último, y quizá lo más sorprendente, es el aspecto, ya que lo «bello» siempre ha formado parte de nuestro ADN. Nos preocupamos especialmente por el entorno de trabajo, la honestidad, la limpieza y la presentación de nuestros vehículos, así como por la indumentaria que nuestros equipos lucen con orgullo.

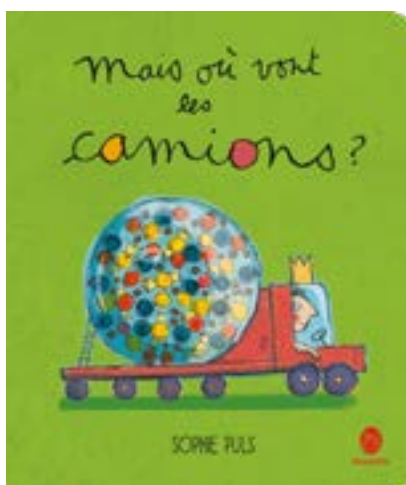
Este apego a lo «bello» no tiene nada de sorprendente. La frase de Víctor Hugo, autor de *Los trabajadores del mar*, encaja aquí a la perfección: *«La forma es el fondo que sale a la superficie»*.

Brigitte DELANCHY - Presidenta

¡Pi, pi, pi!

En este libro de cartón, destinado a los niños pequeños, viajamos a lo largo de las páginas con camiones, sus conductores y conductoras, y sus cargas. ¡Bling blong, sloup sloup, chuuuu! Atraviesan paisajes muy variados, transportando unas veces huevos, otras chocolate, harina, leche o incluso caramelos. Pero ¿adónde van todos esos camiones? ¡A la pastelería! ¿Y para qué? Para hacer una tarta para... el aniversario del camión de bomberos. ¡Pi, pi, pi!

Sophie Puls - Mais où vont les camions ?
Edición: HONGFEI CULTURES



El primer camión eléctrico de KOTRA

Nuestro socio holandés KOTRA Logistics acaba de recibir su primer camión eléctrico. «Se trata de un primer modesto paso hacia la transición energética, que solo podrá extenderse a condición de que surjan alternativas fiables, disponibles y asequibles», explica su director, Erik de Koeijer. Este primer vehículo, un Volvo Bluekens Goes, cuenta con una superestructura que incluye una caja frigorífica Lamberet y un motor de refrigeración Carrier y cuenta con una infraestructura de recarga en las instalaciones de KOTRA, en Yerseke, realizada por el Grupo AERS.



Congreso sobre la pesca y los productos del mar 2025 (Boulogne-sur-Mer)

Como muestra de su compromiso con la preservación y el desarrollo del sector, el Grupo DELANCHY participó en el Congreso sobre la pesca y los productos del mar 2025, que tuvo lugar en Boulogne-sur-Mer en septiembre de 2025. Eddy Mouquet, director de la agencia COPROMER Transport, representó al Grupo DELANCHY para dar a conocer nuestro conocimiento del sector del transporte y la logística de productos del mar. Boulogne Capécure, el principal centro europeo de transformación de productos del mar, desempeña un papel fundamental en el tránsito de dichos productos por Europa.



Michelin emite un certificado de ahorro de CO₂ para el Grupo DELANCHY

Michelin destaca a las empresas comprometidas con una iniciativa ecológica y más responsable con el medio ambiente. De este modo, premia a sus clientes por compartir valores comunes en favor de un futuro más sostenible y saludable. El certificado evalúa la reducción de las emisiones de CO₂ y el ahorro de materias primas logrado por los transportistas.



Eco Score: 10/10

Si bien aún no se trata de la puntuación Eco Score de los equipos de DELANCHY, ¡supone un avance del 10 % en 10 años!

La puntuación ha pasado de 7,57, en 2017, a 8,36, en 2025, una mejora notable si se considera el nivel ya elevado del inicio y, sobre todo, un avance constante: cada año ha sido mejor que el anterior.



¡Sintámonos bien... y con buena salud!

Sueño, alimentación, salud cardiovascular, estrés, gestos y posturas, adicciones, etc.

Todos estos son temas fundamentales para nuestros empleados y empleadas.

Todas nuestras agencias acogen periódicamente el stand «Transportez-vous bien» de la CARCEPT: un programa gratuito, abierto a todos los empleados no ejecutivos, que ofrece asesoramiento personalizado, autoevaluaciones y formaciones.



¡El taller *Made in DELANCHY!*

Si existe un lugar que encarna a la perfección el espíritu del grupo (y su famosa motivación principal «Impeccable»), ese es sin duda el taller de una de las agencias del Grupo DELANCHY. Como auténtico corazón latiente de la RSE, es aquí donde siempre se han abordado los principales retos del transporte por carretera: seguridad vial, reducción de la huella de carbono, calidad del aire, seguridad alimentaria y condiciones de trabajo. Contar con talleres de mantenimiento propios no es una decisión reciente, sino una convicción fundacional, expresada desde el principio por Joseph Delanchy, quien fundó la empresa en 1968.

«El secreto reside en mantenerse presente al 100 %, comprometido con su trabajo; la atención es crucial». En cuanto a presencia y atención, Éric Guillerme, jefe de taller en Guidel, es una persona de referencia dentro de la empresa. Está allí todos los días, a las 5 de la mañana, para poder tener el ojo puesto sobre los vehículos que salen y de los que habla como si fueran suyos! *«Tenemos vehículos de 44 toneladas que van a salir a la carretera. Hay que hacer lo necesario para que el trayecto de ida y vuelta previsto se desarrolle sin contratiempos. Si detecto algún problema, ya sea una avería en el motor o en el frigorífico, puedo ponerme rápidamente en contacto con la empresa y, a veces, el vehículo es reparado durante la mañana y está listo para salir a mediodía! Prefiero actuar con anticipación, antes que encontrarme con un vehículo y su carga averiados en la autopista. «Ese es precisamente el objetivo de las fichas de observaciones que he implementado para garantizar la comunicación con los conductores»*, explica Éric, que se incorporó al taller a los 20 años (¡hoy tiene 61!), el 1 de octubre de 1985.

En aquella época, el jefe del taller se llamaba Gérard Jacob y fue él quien le guió en su aprendizaje, bajo la atenta mirada de Joseph Delanchy, para quien la excelencia de los talleres y la estrategia de mantenimiento preventivo eran fundamentales para el éxito de la empresa.

Todo empezó en Guidel

Desde 1973, con motivo de su traslado a Guidel, la empresa se dotó de un amplio taller y contrató a su primer empleado especializado para encargarse del cuidado y el mantenimiento de la flota. En ese entonces, los motores tenían una vida útil relativamente corta, ya que resistían hasta 300 000 km (frente a los 950 000 km actuales). Las tareas relacionadas con la mecánica eran múltiples y, ya en 1975, los mecánicos empezaron a desmontar los motores para sustituir las piezas usadas (en ocasiones, incluso llegando a fabricarlas por completo) y prolongar, así, la vida útil de los camiones.

El taller llevaba a cabo el mantenimiento preventivo y predictivo con bastante antelación. *«Reparar antes de que se rompa»*, ese es el lema y el objetivo. Cabe mencionar que Joseph Delanchy se enorgullece de controlar la cadena logística de principio a fin, una

exigencia que sigue vigente y que, indudablemente, contribuye al rendimiento económico global de la empresa, así como a mejorar sus indicadores en materia de seguridad y consumo.

«Este es el legado que debemos mantener vivo hoy en día, en todas partes, ahora que la empresa se ha extendido mucho más allá de las fronteras de Francia», afirma Anthony Poilvert, el nuevo responsable de talleres del Grupo DELANCHY.

«Nuestra función consiste en poner a disposición un camión fiable y limpio para su uso».

Anthony se incorporó en marzo de 2025. *«Vengo de una rama de las obras públicas de un gran grupo del sector, donde empecé como aprendiz de mecánico en el marco de una formación de técnico superior. Trabajé en la obra del tren de alta velocidad Rennes-Le Mans, donde adquirí una gran experiencia como técnico. Luego, ocupé el puesto de jefe de taller durante siete años»*, cuenta Anthony, quien, con la ayuda de Yannig Renault, director técnico del grupo, descubre el universo y la cultura de DELANCHY. *«Necesitaba volver a encontrarme en un entorno familiar, donde uno no sea un simple número, donde uno sea realmente una persona dentro de la empresa, a pesar de su tamaño. Cada vez que vamos a un lugar para conocer un nuevo taller, Yannig me vuelve a contar toda la historia y me da pistas muy útiles para entenderla»*. Mientras Anthony descubría la empresa, también conoció a Joseph, el fundador: *«¡Me presionó con amabilidad, recordándome que era su nombre el que figuraba en la calandra!»*. Una visión que comparte Anthony, quien guarda un grato recuerdo de su encuentro en Guidel con el equipo, Guillaume Poulin, que se encarga especialmente de la recepción y preparación de los vehículos nuevos y de las salidas de los mismos, y, por supuesto, Éric, el jefe de taller, *«¡un gran profesional capaz de detectar un problema en el compresor con solo escuchar el ruido que hace un vehículo al pasar por el patio!»*. Anthony rápidamente entendió la ventaja que representaba para la empresa el hecho de tener sus propios talleres: *«nuestra función consiste en poner a disposición un camión fiable y limpio para su uso y este objetivo es*

«El secreto reside en mantenerse presente al 100 %, comprometido con su trabajo; la atención es crucial». »



Éric Guillerme en el taller de
DELANCHY Bretagne
Transports 56 en Guidel.



*Guillaume Poulin y Éric
Guillerme en el taller de
DELANCHY Bretagne
Transports 56 en Guidel.*

NUESTROS VALORES REAFIRMADOS POR HECHOS

el requisito mínimo para garantizar nuestras promesas de puntualidad y calidad a los clientes». Una opinión que corrobora Yannig Renault: «el fabricante recomienda una revisión cada 80 000 km, es decir, aproximadamente cada 5 meses. Personalmente, pido una revisión mensual. Éric, en cambio, quiere una cada semana y no acepta ningún tipo de concesión. Ante la menor duda, detiene el vehículo, al tiempo que se esfuerza por encontrar un relevo para no perjudicar el funcionamiento del servicio. «Este nivel de compromiso infunde respeto entre sus compañeros del centro, quienes nunca cuestionarían sus decisiones», concluye Yannig.

Hoja de ruta

La hoja de ruta de Anthony consiste en asumir la responsabilidad de la gestión de los talleres (18 en total) y garantizar que la excelencia sea siempre una prioridad, al tiempo que se modernizan las prácticas. Esto será pronto una realidad con la implementación de un nuevo software de gestión de talleres (Fleet Management Service), que permitirá, principalmente, mejorar el seguimiento de los indicadores: «para poder entender y mejorar nuestras prácticas aprovechando las ventajas de un análisis continuo de los datos técnicos, lo que puede contribuir a reducir las reparaciones y optimizar el mantenimiento».

Además, Anthony se ha fijado como objetivo intensificar la

comunicación y los intercambios entre las instalaciones, apoyándose en Guidel, el taller modelo, y adaptándose a los avances tecnológicos, en particular, a la llegada de los vehículos eléctricos. «Estamos empezando a pensar en cómo formar a los jefes de taller en las instalaciones donde hay vehículos eléctricos. «Es un trabajo exigente, ya que se trabaja con alta tensión y es necesario respetar ciertos procedimientos. Esto supone un nuevo reto para la empresa», comenta con entusiasmo Anthony, quien trabaja en un nuevo plan de mantenimiento que integra las nuevas tecnologías, entre ellas, los camiones conectados, y, en general, la integración de la IA. «Mantenemos un diálogo constante con los fabricantes. Tenemos una relación que me sorprendió cuando llegué. No pensaba que tendríamos las puertas tan abiertas. Recibimos mucha información y eso nos permite anticiparnos a las tendencias».

«El nuevo plan de mantenimiento incorpora las nuevas tecnologías»

Ahora que se ha familiarizado por completo con los talleres y la identidad Made In DELANCHY, Anthony ya no puede ver pasar un camión sin fijarse con mirada profesional en su aspecto e incluso el comportamiento de su conductor y, cuando se trata de un DELANCHY «reluciente», siente un inmenso y legítimo orgullo.

1975, puesta en marcha del mantenimiento preventivo

El Grupo DELANCHY se equipa con un taller de mantenimiento preventivo. El objetivo es doble: aumentar la seguridad de los vehículos y prevenir las averías (que eran muy frecuentes en aquella época). Sin embargo, otra ventaja de este taller «casero» es que también alarga la vida útil de los vehículos.



¡Necesidad de belleza!

La tensión entre lo «bello» y lo «útil» impregna toda una antigua tradición artesanal que, lamentablemente, se fue debilitando a lo largo del siglo XX para convertir los lugares de trabajo en entornos ciertamente funcionales, pero... ¡poco estéticos! Volviendo a este enfoque, dentro del Grupo DELANCHY, los espacios de trabajo cultivan la combinación de belleza y funcionalidad. Visita guiada.

La cultura de la acogida

Basta con cruzar la puerta de una agencia DELANCHY para sentirse en un lugar distinto a las demás. ¡Qué lejos está ya el estereotipo de la plataforma de transporte abierta a los cuatro vientos, donde unas mamparas tan finas como papel de fumar formaban, en un rincón apartado del almacén, minúsculos despachos con suelo de hormigón en bruto destinados a las funciones administrativas! Aquí, no hace falta alegrar las paredes grises con frágiles postales de paisajes exóticos, que apenas logran abrir un espacio de respiro entre calendarios apagados y otros carteles de puntas dobladas con instrucciones en caso de incendio. En el Grupo DELANCHY, sobra decir que fomentamos una cultura de la acogida. Los vestíbulos cuentan con cómodos asientos donde se invita a esperar en un entorno que impresiona por el cuidado prestado al agrado y la comodidad. Unos cuadros decoran las paredes, unas plantas aportan un toque de frescura y delicadeza y unas elegantes lámparas de pie, junto con los objetos decorativos, minuciosamente seleccionados, completan la creación de un ambiente armonioso. A través del cuidado que se les ha dedicado, los espacios reflejan el interés por las personas que los frecuentan. Por lo demás, basta con seguir paseando un poco más para darse cuenta de que el asunto va en serio. Las oficinas, los vestuarios, las salas de reuniones y, sobre todo, las zonas de descanso y de restauración prolongan la impresión que se tiene al entrar. Se sumergen en un universo concebido de forma integral y coherente para ofrecer un espacio de vida agradable. El diseño de las plataformas presenta un acabado de alto nivel propio del interiorismo: delante o frente a segmentos de paredes de colores, los fregaderos, los salpicaderos y los elementos de carpintería, de excelente factura, podrían pertenecer a viviendas de alto nivel. Una vez más, estamos lejos de una decoración de última hora destinada a suavizar un poco el ambiente de un local funcional centrado fundamentalmente en la actividad y que se olvida de los hombres y las mujeres que allí trabajan.

La expresión de un enfoque de gestión

En DELANCHY, el mobiliario también contrasta con el que suele encontrarse en las oficinas y comedores colectivos: estandarizado, aséptico... y sin encanto. Las sillas y mesas, fabricadas con materiales nobles, toman prestado de los comedores de los hoteles de los centros de las ciudades (es decir, a establecimientos dedicados al confort y al descanso) una estética contemporánea suave y envolvente. Cuando las zonas de restauración cuentan con grandes mesas que invitan a compartir, evocan los acogedores interiores de los hogares familiares. En términos generales, esto es lo que se desprende de las agencias DELANCHY: estos espacios no solo están destinados a albergar y llevar a buen término las operaciones de transporte, sino también a «acoger» a todas las personas que las coordinan, en el sentido de que se les debe reservar la mejor acogida posible. Además, las mudanzas son todo un acontecimiento: movilizan al director de la agencia, pero también a ejecutivos del grupo, como el director inmobiliario y el director técnico. Todos abren las cajas de común acuerdo, desembalan y montan los muebles, clavan ganchos y clavos, comprueban que los cuadros estén bien nivelados, etc. No es raro que Brigitte Delanchy también eche una mano: «*es nuestra forma de fomentar el espíritu de equipo!*», afirma. Este momento compartido aspira a ser la expresión concreta de la cualidad principal del liderazgo: velar por que los equipos de los que se es responsable se sientan a gusto.

«Cuando las zonas de restauración cuentan con grandes mesas que invitan a compartir, evocan los acogedores interiores de los hogares familiares»













Una gran variedad de decoraciones

Se observa la abundancia de madera y terciopelo, materiales cálidos y elegantes que, nuevamente, se asocian más al ámbito doméstico (quizá de lujo) que al industrial.

El concepto va incluso más allá, ya que cada plataforma no solo tiene su propia identidad, sino que, a veces, también ofrece diferentes ambientes según las estancias y su uso. Se puede encontrar un salón de estilo inglés donde la bandera del Reino Unido domina unos sillones club para crear un ambiente rockero; allí, unas cerezas brillantes y de gran tamaño aportan un toque pop y lleno de energía; en otros sitios, sobre un intenso fondo azul grisáceo, destacan unos jarrones de inspiración china que conviven con orquídeas y tallos de bambú, sumergiéndonos en una decoración del Lejano Oriente, más meditativa. Otra agencia se envuelve en un ambiente acogedor, donde predominan los tonos beige y blanco, el negro y el terracota, y donde las ilustraciones con motivos florales y vegetales se encargan de ofrecer unos momentos de tranquilidad para las mentes sobreestimadas. En general, en los pasillos y las salas de reuniones cuelgan series de fotografías temáticas, como retratos de actrices de cine míticas o de emblemáticos modelos de automóviles, pero también paisajes marinos y pinturas originales de carácter más abstracto. El reloj, como motivo recurrente, es objeto de múltiples fantasías.

«Las ilustraciones con motivos florales y vegetales se encargan de ofrecer unos momentos de tranquilidad»

En DELANCHY, su presencia pone de manifiesto que la puntualidad es un elemento imprescindible que se sitúa en el centro mismo del concepto de servicio. Por su parte, su diseño se adapta al estilo predominante de la estancia, con agujas en forma de gota o números romanos o, incluso, de forma más sobria, una pantalla digital. En los vestuarios, las puertas de las taquillas individuales pueden revestirse de un azul vivo y vibrante,

lo que ofrece un ambiente moderno, alegre y acogedor a los trabajadores que pasan por allí antes de dirigirse a los almacenes o al regresar de ellos. En DELANCHY, la hospitalidad es sinónimo de singularidad. Bajo su techo, nos encontramos en las antípodas de esos pasillos de oficinas anónimas y repetidos hasta el infinito que Jacques Tati satirizó de forma magistral en su película *Playtime* (1967).

«En los vestuarios, las puertas de las taquillas individuales pueden revestirse de un azul vivo y vibrante, lo que ofrece un ambiente moderno, alegre y acogedor a los trabajadores»

Un indicador de la identidad de la empresa

Esta imaginación y esta diversidad son un indicador de la identidad de la empresa. El acondicionamiento de los espacios con mobiliario de calidad, la disposición de objetos decorativos y plantas en macetas, así como los elementos decorativos en las paredes, permiten embellecer unos lugares que, de haberse mantenido tal y como estaban, habrían permitido técnicamente el buen funcionamiento de las operaciones. Este toque especial puede leerse como un manifiesto a favor de la buena convivencia. Esta postura firme y sensible contribuye, asimismo, a establecer una unidad entre las plataformas que forman parte del Grupo DELANCHY. Es una ventaja indiscutible de la marca empleadora, y responde a las estrictas exigencias de limpieza y buen estado que se exigen a los camiones, los uniformes, las zonas de almacenamiento y los talleres. En este sentido, constituye un factor diferenciador de gran importancia. En DELANCHY, el buen aspecto es una palabra clave.













*La obra la llevan a cabo
carpinteros formados en la
escuela de artes y oficios.*

En La Gravelle, el espíritu de los aprendices da forma a la nueva sede

El 24 de julio de 2024, un incendio destruyó por completo la sede del Grupo DELANCHY. Ante esta difícil prueba, el grupo decidió reconstruirla con ambición. Sobre la base de estrictas normas energéticas, la futura sede combinará una estructura de madera con materiales de origen biológico. Las obras empezaron en enero de 2025 y, para el verano de 2026, se inaugurará un edificio de servicios de 3 000 m² con bajas emisiones de carbono y una capacidad para cerca de 200 empleados. Este proyecto, impulsado por la dirección inmobiliaria y llevado a cabo por carpinteros formados en la escuela de artes y oficios, forma parte del compromiso del grupo con la responsabilidad medioambiental y social.

De la urgencia operativa a la audacia responsable

Enero de 2025, La Gravelle. Se han retirado los escombros y se han completado los peritajes. La primera viga de madera laminada encolada, fabricada en el taller unas semanas antes, se elevó lentamente sobre el terreno donde se construiría la futura sede.

A su alrededor, los equipos técnicos controlaban la posición con precisión milimétrica. La reanudación de las obras iba tomando cuerpo. El proyecto de ampliación, que se venía barajando desde hacía varios años, dio un giro hacia una reconstrucción completa.

Con el impulso de Brigitte Delanchy, se impuso la idea de una sede ejemplar y eficiente desde el punto de vista energético.

Bruno Lesaint organizó esta transformación. «*En la búsqueda de sostenibilidad, la madera se ha convertido en una solución coherente desde el punto de vista técnico, medioambiental y estratégico*», afirma el director inmobiliario, quien gestiona una red de cincuenta centros repartidos por todo el país. Además, tiene en cuenta las normas medioambientales y las limitaciones operativas de las plataformas. Su misión abarca la búsqueda de terrenos, la gestión de nuevas operaciones, el mantenimiento y la modernización de los activos existentes. Al escucharlo, queda claro que, dentro del grupo, el sector inmobiliario se considera tanto un impulso para el rendimiento operativo, como un vector de imagen.

La madera, un compromiso con las bajas emisiones de CO₂

Los edificios logísticos del grupo se han construido tradicionalmente con estructuras metálicas adaptadas a grandes vanos y a la actividad industrial. Para la sede terciaria, la dirección ha optado por una estructura de madera y materiales de origen biológico.

Aunque se trate de una decisión audaz, forma parte, no obstante, de una tendencia en auge: la del diseño ecológico. La madera procede de bosques franceses o del norte de Europa gestionados de forma sostenible. Esta almacena carbono a lo largo de toda su vida, lo que supone varios cientos de toneladas de CO₂ capturados en el material destinado a la futura sede del Grupo DELANCHY. Además, su uso cumple con los requisitos más estrictos de la normativa RE2020.

«Para la sede terciaria, la dirección ha optado por una estructura de madera y materiales de origen biológico»

Hubo otro factor que influyó en la elección de la madera: en caso de incendio, se quema progresivamente en la superficie y forma una capa carbonizada que protege el núcleo portante. La experiencia del incendio de 2024 ha resultado en una mayor atención a estos mecanismos. Aquí, el comportamiento medioambiental va acompañado de un gran dominio técnico.

La estructura principal combina abeto de carpintería con elementos de madera laminada encolada. Los suelos de hormigón garantizan la inercia térmica y la comodidad de uso. El aislamiento de fibra de madera insuflada, obtenida a partir del reciclaje de residuos de aserrado, optimiza el rendimiento energético al retener el aire en el interior del material. El edificio aspira a alcanzar un nivel de eficiencia energética casi pasivo.

El gesto del carpintero

Para este proyecto, DELANCHY recurrió a Lutellier Charpente quien, en 2022, finalizó el restaurante de la administración de La Gravelle. En 2011, Alain Turmeau, ingeniero de la escuela de Arts et Métiers (artes y oficios), tras haber trabajado en grandes grupos, tomó las riendas de esta empresa familiar de Mayenne fundada en la década de 1960. «Nuestra pyme, heredera de una antigua tradición artesanal, cuenta hoy con unos treinta carpinteros, techadores y ebanistas. Se dedica a la rehabilitación de edificios patrimoniales, del sector terciario público y privado, edificios agrícolas y viviendas unifamiliares», explica Alain.

El trabajo empieza en el taller con el trazado de la estructura. Este se realiza a escala real, para prever cada unión. Las cajas y espigas se ajustan con precisión milimétrica. La observación de las fibras, la orientación de las piezas y la comprensión del comportamiento higrométrico de la madera determinan la durabilidad de la obra. Las máquinas de control numérico

interactúan con el trabajo manual. El oficio de carpintero se conoce por saber combinar tradición e innovación. Los tratamientos ecorresponsables protegen el material al tiempo que conservan su integridad natural.

El espíritu de los Compagnons

Lutellier Charpente acoge regularmente a ciclistas del Tour de Francia. En colaboración con los Compagnons du Devoir et du Tour de France y la Union Compagnonnique, estos artesanos aprendices siguen una trayectoria educativa de alrededor de ocho años. «Perfeccionan su arte en diferentes ciudades, crean una obra maestra que da fe de su maestría y, a continuación, dedican varios años a transmitirla. Su cultura de la exigencia y el intercambio impregna el taller», comenta con entusiasmo Alain Turmeau.

La experiencia de estos artesanos en cuanto a estructuras complejas de madera también ayuda a conservar múltiples monumentos históricos. Los carpinteros, que participaron en la reconstrucción de la catedral de Notre-Dame de París tras el incendio de 2019, reconstruyeron una estructura medieval de roble macizo basándose en planos históricos y modelos digitales.

«La experiencia de estos artesanos ayuda a conservar múltiples monumentos históricos, como las obras de Notre-Dame de París»

La futura sede del Grupo DELANCHY es un manifiesto y, para los equipos, este edificio será un motivo de orgullo. Asimismo, el proyecto refuerza el atractivo del grupo para los talentos interesados en las cuestiones ambientales y refleja la coherencia entre la actividad económica y la responsabilidad social. En La Gravelle, la estrategia inmobiliaria se concibe como una inversión sostenible, en consonancia con los futuros requisitos normativos y climáticos.





*Alain Turmeau, de la empresa
Lutellier Charpente, y
Bruno Lesaint, director
inmobiliario del grupo.*

*Kévin Loisel,
limpiador de camiones
en Frigo Transports 53.*



El vistazo de Kévin

Los impecables camiones, auténticos escaparates del Grupo DELANCHY, son objeto de un cuidado especial en las agencias. Si bien su inspección mecánica es indispensable para la seguridad vial, los camiones también se limpian adecuadamente a diario, tanto por motivos de higiene, como de imagen. En septiembre de 2025, Kévin Loisel, de 28 años, fue contratado como lavador de camiones en DELANCHY Frigo Transports 53 y, desde entonces, pone su energía y su rigurosidad (¡y su perspicacia!) al servicio de esta tarea imprescindible.

Un trabajo que requiere actividad física

Lo que llevó a Kévin Loisel a DELANCHY, literalmente, fue una caída de 6,5 metros. Este joven, que se formó inicialmente como carpintero techador, cambió sus tenazas y su cinturón portaherramientas por una hidrolimpiadora de alta presión tras sufrir un gran susto que le supuso varios meses de hospitalización y rehabilitación. Reciclarse profesionalmente nunca es fácil. Renunciar a una vocación y encontrar otra requiere un periodo de reflexión y cierta madurez. En Francia, este cambio de rumbo concierne a una cuarta parte de los menores de 30 años. Esta reorientación temprana suele implicar un esfuerzo personal y económico. Kévin Loisel vive en la comuna francesa de Mayenne, donde pasó su infancia. Este dinámico lugar, que durante mucho tiempo se había librado de la crisis, ahora, se ve afectado por la

disminución del consumo y el deterioro del mercado laboral. Su tasa de desempleo ha aumentado en un 13 % y ha alcanzado incluso el 20 % entre los más jóvenes.

Trabajar cerca de casa es un factor que contribuye al equilibrio que buscaba. Para Kévin Loisel, quien está muy apegado a las múltiples ventajas que ofrece su región, ese era un criterio importante. Dado que vive a solo 10 minutos de La Gravelle, fue en calidad de vecino y antiguo trabajador interino que llamó a la puerta de Mickael Cadeau. El director de DELANCHY Frigo Transports 53 lo había contratado años antes como preparador de pedidos y había quedado satisfecho con su trabajo. El recuerdo positivo era mutuo.

A Kévin Loisel, una persona esmerada y decidida, le habían

agradado los valores del Grupo DELANCHY. Además, gracias a esa breve experiencia, se había familiarizado con el mundo del transporte y la logística que, ahora, es el suyo. Su conocimiento del sector, junto con los valores del trabajo manual que adquirió cuando trabajaba en la construcción, aceleraron su incorporación en la agencia Frigo Transports 53.

«El reconocimiento es la clave del sentido del trabajo, sobre todo, en los oficios que suponen un gran esfuerzo físico»

«En septiembre de 2025, firmé un contrato indefinido como lavador de camiones. Mis semanas empiezan los martes a las 11:00 h y trabajo hasta el sábado por la tarde. «Durante ese tiempo, puedo limpiar hasta 25 camiones al día», nos cuenta. Primero, agacharse, luego, levantarse y, por último, contorsionarse es una tarea agitada que ya ha desanimado a muchos que de él. Los movimientos que efectúa requieren método y destreza. Los semirremolques transportan productos frescos, cuya seguridad depende de un control constante de las condiciones materiales. La limpieza de las carrocerías, los bastidores y los equipos contribuye a la coherencia general del dispositivo de calidad.

Tal y como lo describe el sociólogo Stéphane Le Lay, Kévin ejerce un «oficio en el que el cuerpo está constantemente en acción». En él, encuentra reconocimiento y sentido. Su puesto se sitúa en la confluencia entre la calidad sanitaria, el mantenimiento preventivo y la imagen de marca. Kévin desempeña su trabajo con constancia y conciencia. Su contribución al renombre del Grupo y, por tanto, a su desarrollo, es fundamental. A diferencia de los «bullshits jobs» denunciados por David Graeber, su labor se mide de forma muy concreta: si la flota de la agencia Frigo Transports 53 está limpia, es gracias a su esmero y su vigilancia. Afirmó alegremente: «al final del día, basta con echar un vistazo para darse cuenta de que hemos hecho un buen trabajo».

El reconocimiento es la clave del sentido del trabajo, sobre todo, en los oficios que suponen un gran esfuerzo físico. El grupo, bien arraigado y reconocido en la zona, goza de una imagen positiva en el entorno del joven. Las opiniones positivas son para él: «mis familiares ven los camiones en la carretera y saben que, si están impecables, yo tengo algo que ver en ello». Al contribuir a la buena imagen del Grupo, a la «marca empleadora», Kévin refuerza el compromiso laboral del resto de empleados. De esta manera, se podría decir que el joven es el punto de partida de un círculo virtuoso.

El lavador, un puesto clave del taller

A lo largo de muchos años, el Grupo ha perfeccionado un protocolo de limpieza de los camiones que se debe respetar. Este cumple los requisitos de higiene y seguridad sanitaria, al tiempo que es parte de una iniciativa ecológica. El transporte frigorífico está sujeto a un marco normativo específico.

Las empresas del sector aplican las disposiciones del Paquete de Higiene de la UE y del Reglamento (CE) n.º 852/2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios. Estos textos regulan la gestión de riesgos a lo largo de toda la cadena logística, desde la preparación de los productos, hasta su entrega.

Se aplica un detergente profesional adecuado para residuos orgánicos de acuerdo con la dosis indicada. Explica Kévin Loisel: «después de rociar Défi V, un producto que elimina los olores persistentes de los alimentos, aclaro a alta presión con agua de lluvia que se recoge en grandes depósitos y, luego, se calienta».

«Tras cada regreso de un recorrido, lo primero que se hace es examinar minuciosamente las superficies expuestas a las salpicaduras de la carretera»

Tras cada regreso de un recorrido, lo primero que se hace es examinar minuciosamente las superficies expuestas a las salpicaduras de la carretera. Para Fabrice Génin, jefe de taller, el compromiso que demuestra el joven encargado de la limpieza de camiones es especialmente valioso. Mickael Cadeau señala también con satisfacción: «Kévin se da cuenta enseguida cuando un camión ha tenido un problema».

Una desviación en la alineación de una pieza de la carrocería, una irregularidad en las luces, un golpe en el faldón lateral, signos de desgaste en un airbag, arañazos o una matrícula desatornillada son los detalles que Kévin detecta durante la limpieza y que motivan, posteriormente, la intervención de Fabrice Génin. Incluso puede ocurrir que Kévin Loisel, un apasionado de la mecánica, se encargue de algunas pequeñas reparaciones en los semirremolques.

En el sector del transporte, la disponibilidad de los vehículos es un aspecto fundamental. La detección temprana de anomalías contribuye a la continuidad del servicio.

Es estimado por los conductores, quienes son los primeros en beneficiarse de su trabajo y que le confían sus vehículos entre recorrido y recorrido, por lo que Kévin Loisel encajó inmediatamente entre ellos: «me han apoyado desde que me incorporé al grupo; sé que puedo contar con mis compañeros». El aprecio que se le demuestra refleja los valores del grupo: el respeto por las personas, el trabajo bien hecho y el medio ambiente.

«Mis familiares ven los camiones en la carretera y saben que, si están impecables, yo tengo algo que ver en ello»



Cada año, el centro educativo Isaac l'Etoile de Poitiers ofrece a sus alumnos una jornada de orientación profesional y una visita a la agencia Delanchy Frigo Transports 86.



40 años de éxitos compartidos entre «Le Porteau» y el Grupo DELANCHY

Desde hace más de 40 años, el instituto Porteau, situado en Poitiers, Francia, (actualmente, parte del centro educativo Isaac de l'Étoile) y el Grupo DELANCHY constituyen un verdadero semillero de profesionales del transporte y la logística. Prácticas, tribunales de examen, inmersiones en el terreno: esta colaboración ha permitido descubrir a grandes talentos, de ellos, muchos ocupan hoy puestos clave dentro del grupo.

Fundado en 1957, Le Porteau se consolidó rápidamente como uno de los primeros centros educativos especializados en el sector del transporte, guiado por una lógica sencilla: formar según las necesidades reales del sector. Una visión que comparte el Sr. Pascal Ximenes, subdirector del departamento de formación profesional: *«nunca hemos impartido un curso porque nos lo haya pedido el Ministerio de Educación, sino porque las empresas locales lo han necesitado»*.

Una formación pionera al servicio del sector del transporte y la logística

Este enfoque singular explica la estrecha relación que hemos establecido con el Grupo DELANCHY, antiguo socio y seleccionador de personal habitual. Entre las trayectorias más emblemáticas, destaca la de Yannig Renault, actual director técnico del grupo, quien, en 1979, con solo 16 años, llegó a Le Porteau desde su Bretaña natal. Descubrió una formación exigente, centrada en los fundamentos del transporte por carretera y en su práctica. Allí, se encontró con otro bretón: Frédéric Delanchy, futuro director general, con quien volvería a

encontrarse unos años más tarde en la empresa. En 1987, Yannig Renault asumió la dirección de la agencia DELANCHY de Poitiers, situada a unos cien metros de su antigua escuela. Cuarenta años después, volvió a encontrar el informe de prácticas en DELANCHY que había redactado en aquel entonces y que había guardado como recuerdo de sus primeros pasos.

Otra trayectoria, la de Guillaume Peraudeau. Llegó a Le Porteau en 1988, para trabajar como conductor, pero tuvo que dejar la conducción profesional debido a un problema de visión. Entonces, la escuela le orientó hacia el sector del transporte, donde se afianzó su potencial. Esto significó un cambio decisivo. Su periodo de alternancia en DELANCHY, en Poitiers (bajo la dirección de Yannig Renault), marcó el inicio de una carrera que le llevó sucesivamente a Lyon, Nantes y, posteriormente, a la dirección de la agencia de Mortagne-sur-Sèvre. Una trayectoria que pone de manifiesto la capacidad de Le Porteau para descubrir talentos polivalentes y orientarlos en su camino hacia puestos de responsabilidad estratégica.

En la primera década del 2000, surgió una nueva generación apasionada por el transporte por carretera y la logística, como

Benoît Gorge, actual director de la agencia Frigo Transports 86, y Jimmy Denieul, responsable de operaciones. Ambos recibieron formación de parte de profesores con experiencia sobre el terreno, en un entorno en el que la enseñanza se lleva a cabo al aire libre, en las vías de maniobra y en los muelles de carga. Allí, adquirieron la rigurosidad indispensable en un sector sujeto a normativas cambiantes, a los imprevistos de la carretera y a las inclemencias del tiempo: *«la carretera es la única herramienta de trabajo que no podemos dominar. Hay que ser riguroso y resiliente»*, unas habilidades y una habilidades sociales forjadas en Le Porteau, destaca Benoît Gorge.

«Nunca hemos impartido un curso porque nos lo haya pedido el Ministerio de Educación, sino porque las empresas locales lo han necesitado»

Jimmy Denieul comparte la misma pasión por los camiones, transmitida por su padre, quien fue camionero y, luego, director de un restaurante de carretera. Tras estudiar sociología, se reorientó hacia el sector del transporte y, en un año, obtuvo un título de técnico superior en Le Porteau, lo que le permitió conseguir la equivalencia para ejercer como comisionista de transporte. La escuela le ofreció una beca Erasmus en los Países Bajos, pero, por su apego a su región, decidió quedarse en Poitou y, en 2001, se incorporó al Grupo DELANCHY. Junto con Benoît Gorge, forma un tándem muy unido que se dedica a la transmisión de conocimientos. Cada año, en el marco de una semana de orientación profesional, acogen a una decena de estudiantes de secundaria para que descubran los oficios del sector del transporte.

Una enseñanza orientada a la práctica para responder a las crecientes necesidades del sector

En 2010, Le Porteau pasó a llamarse Isaac de l'Étoile, un centro educativo con más de 2000 alumnos que ofrece un itinerario formativo desde el CAP (formación profesional) hasta la licenciatura. La escuela refuerza sus valores fundamentales (responsabilidad, respeto y autocontrol) al tiempo que moderniza sus contenidos. *«Nuestro deseo es formar a futuros responsables que cuenten con sólidos conocimientos técnicos... y, sobre todo, con excelentes habilidades sociales»*, destaca el Sr. Pascal Ximenes.

A partir de septiembre de 2026, un módulo que integra la movilidad eléctrica, la mensajería y la preparación para las normas Euro 7 reforzará la especialidad de Conducción, una de las más prestigiosas del centro. La escuela se basa en una pedagogía inmersiva: una flota idéntica a la de los conjuntos de DELANCHY, camiones articulados de 44 toneladas, amplias pistas de maniobra, 4 puertas de muelle y formaciones de larga distancia de hasta 1000 km en recorridos exigentes, como Le Puy-Millau.

Esta enseñanza basada en la realidad explica la inserción laboral del 98 %. Para Yann Durand, profesor de conducción, este acompañamiento personalizado es fundamental: *«un alumno nunca está solo. Le acompañamos, asesoramos y alentamos a asumir responsabilidades. Es por eso que adquiere confianza y se convierte en un conductor profesional consumado»*.

La formación atrae a nuevos perfiles: mecánicos que desean convertirse en conductores, titulados de bachillerato general, adultos en proceso de reconversión profesional y que buscan algo concreto. La presencia femenina también va en aumento, impulsada por trayectorias inspiradoras como la de Héloïse, quien fue nombrada mejor conductora de Francia en 2024.

El compromiso pedagógico está garantizado por profesores experimentados, como el Sr. Dieudonné Ranarison, que trabaja en el centro desde 1991 y es uno de los referentes de la especialidad de Gestión del Transporte y la Logística. Ha formado a generaciones de alumnos, entre ellos Benoît Gorge, y no ha dejado de mejorar las prácticas docentes apostando por una metodología inductiva, basada en el principio de que los alumnos adquieren conocimientos a través de la experiencia, más que por la mera exposición a contenidos teóricos. Su enfoque se basa en la adquisición de una visión de «torre de control», que resulta primordial para dirigir los flujos y gestionar los imprevistos. Una versatilidad muy cotizada, particularmente, en DELANCHY. Además, la escuela ha invertido en tabletas digitales individuales para facilitar las búsquedas y fomentar la autonomía de los alumnos. Asimismo, de acuerdo con los nuevos planes de estudios, se ha reforzado la enseñanza de lenguas extranjeras.

«Un alumno nunca está solo. Le acompañamos, asesoramos y alentamos a asumir responsabilidades. Es por eso que adquiere confianza y se convierte en un conductor profesional consumado»

En un sector de difícil cobertura, esta colaboración entre la escuela y la empresa cobra cada vez más importancia. De hecho, la escasez aumenta: por cada 10 conductores que se jubilan, solo tres jóvenes se incorporan para sustituirlos. Según la Union des Entreprises de Transport Logistique de Francia, la escasez podría alcanzar los 70 000 conductores de aquí a diez años si la situación no cambia. La situación se ve agravada debido a una estructura demográfica preocupante: actualmente, el 45 % de los conductores tiene más de 50 años. En este contexto de envejecimiento, con cerca de 500 000 puestos de trabajo en el sector del transporte y la logística que deberán renovarse de aquí a 2030, el papel de centros educativos, como Le Porteau — Isaac de l'Étoile, y de socios, como DELANCHY, cobra más importancia que nunca.

Ante esta tensión estructural, la escuela pone en marcha diversas iniciativas: un campus para alumnos tras el bachillerato, con





Benoît Gorge abre las puertas de la agencia Frigo Transports 86 a los alumnos y les muestra los secretos de los muelles, donde se preparan los pedidos.

programas de formación inicial y en alternancia, y un centro de formación integrado, llamado Academy (FP, bachillerato profesional, títulos profesionales, certificados profesionales), que ofrece, principalmente, un certificado de aptitud para la manipulación de fluidos refrigerantes. Al mismo tiempo, los equipos docentes mantienen una estrecha colaboración con la agencia Frigo Transports 86: prácticas, acogida de estudiantes en formación dual, simulaciones de situaciones reales en los muelles, participación en tribunales de examen, semanas de orientación profesional, etc. «Hoy en día, no se forma a suficientes jóvenes para responder a las demandas del sector», subraya el Sr. Pascal Ximenes, quien estima que la rama de especialización de transporte y logística de la escuela podría aumentar su número de alumnos para satisfacer las necesidades de los profesionales.

Si bien el vínculo de larga data con Le Porteau sigue siendo sólido, ahora, el Grupo DELANCHY amplía su estrategia de formación a todas las escuelas del sector. Como destaca su director de Recursos Humanos, Emmanuel Violle: «Le Porteau sigue siendo un centro de formación de larga tradición, pero es en las agencias donde se forjan las colaboraciones más eficaces. Algunas son especialmente activas y acogen hasta seis estudiantes en formación dual», con el objetivo de afianzar la presencia local y preparar de forma duradera a las nuevas generaciones.



Desde 2010, el instituto Porteau, pionero en los oficios relacionados con la conducción, el transporte, la logística y el mantenimiento de camiones, forma parte integrante del centro educativo Isaac de l'Étoile de Poitiers.

El vivero de talentos del transporte

Hoy, Isaac de l'Étoile ofrece un itinerario formativo coherente. Una oferta que se adapta a los cambios normativos, tecnológicos y energéticos del sector del transporte y que satisface las necesidades de contratación de empresas como el Grupo DELANCHY.

- FP en conducción de camiones
- FP en Logística y Mensajería
- Bachillerato profesional en Transporte y logística
- Bachillerato profesional en Conducción y transporte de mercancías,
- CP y Bachillerato profesional en Mantenimiento de camiones
- Técnico superior en Gestión de transporte y logística Asociada
- Técnico superior en Comercio internacional
- Licenciatura en Desarrollo comercial y marketing
- Título profesional de técnico en camiones refrigerados



Los alumnos descubren las actividades operativas y los oficios del sector logístico.



Jimmy Denieul, un antiguo alumno de Le Porteau, sabe cómo captar la atención de los alumnos. Objetivo: despertar su curiosidad y revelar futuras vocaciones.

Mathieu Langlais,
conductor de Bretagne
Transports 56, en Guidel.



¡Queremos tu foto!

Fotografiados en grupo o individualmente, los empleados de DELANCHY posan por doquier, sea al volante de un camión, en los muelles de carga o incluso en las oficinas, con los auriculares telefónicos puestos.

Este interés por la imagen reflexiva es un gesto de homenaje y una muestra de orgullo.

Estas imágenes, reunidas y conservadas, constituyen un fondo documental que se asemeja a un auténtico patrimonio cultural. Al examinarlo, descubrimos algunos rasgos característicos de la empresa.

Un testimonio visual

En el Grupo DELANCHY, los álbumes de fotos podrían ocupar varios metros de estanterías. La fotografía es parte de una cultura. En cada evento que organiza la empresa, un fotógrafo captura la vida de los hombres y mujeres que le dan vida y la hacen posible. Esto no significa que los flashes se disparen al azar, sino que, más que producir imágenes en serie, se trata de sacar a la luz los rostros.

La fotografía corporativa cuenta con una larga trayectoria, ya que esta técnica de «fijación de la realidad» es, en sí misma, fruto de la era industrial. Se enfrenta a retos relativos al conocimiento, la memoria y la creación de un patrimonio común y, cuando debe

plasmarse los locales, los talleres o a los empleados de su cliente, también a retos de valorización y comunicación.

Desde Robert Doisneau, hasta Stéphane Couturier, ha sido impulsada por grandes figuras, por ejemplo, en Renault. Aunque esta iniciativa se ha generalizado en todos los sectores de actividad, posee un lenguaje propio. La fotografía corporativa, como testimonio visual de una realidad social o profesional, sigue siendo una cuestión de encuadre, de pose y de sensibilidad respecto al tema: ofrece un punto de vista. Es sumamente subjetiva, apoya un discurso, lo ilustra e incluso lo sustituye.

Christophe Chilaud,
encargado de la preparación de
pedidos de frutas y verduras en
Delanchy Prestations de Services 21,
en Ladoix-Serrigny.





JUNGHEINRICH

La dimensión humana en primer plano

Sylvain Malmouche, que trabaja desde hace 10 años para el Grupo DELANCHY, está acostumbrado a las celebraciones de colaboraciones, las reuniones del comité de dirección, los seminarios, las fiestas para el personal o los jubilados, las inauguraciones de agencias, la instalación de nuevos equipos y la incorporación de nuevos empleados al grupo. «*Aunque vaya a fotografiar nuevos soportes de montaje, nuevas máquinas o nuevos escritorios, en DELANCHY, siempre hay alguien en el encuadre*», comenta. La importancia concedida al ser humano, ya presente en la época de Joseph Delanchy, se concretó gracias a Brigitte Delanchy, a quien debemos tanto ese interés documental como su gusto por el retrato. Ya que, además del número de fotografías, lo que llama la atención es la omnipresencia de los hombres y las mujeres que aparecen en ellas. Esta postura editorial ilustra, desde luego, que el grupo se dedica a la prestación de servicios, una actividad que se basa, ante todo, en la inteligencia humana. Además, expresa una intención que va más allá de esa simple correlación. El deseo de mantener un registro de los miembros relacionados con el grupo en distintos grados sugiere un funcionamiento familiar, cultivado con entusiasmo.

«A Brigitte Delanchy le debemos ese interés documental y su gusto por el retrato»

Cuando Sylvain Malmouche inmortaliza la salida de la regata Transat Café L'Or en Le Havre, en la que participa Défi Voile, registra más que la regata: capta a los clientes y a los empleados invitados. «*En este caso, el objetivo principal del pedido era conseguir que los empleados, acompañados de sus hijos o nietos, tuvieran un recuerdo de este momento excepcional*», explica. «*Esta empresa caracteriza por su dimensión humana*», añade este experto en reportajes corporativos. Se le pide que visite regularmente las diferentes agencias, por lo que es testigo de esta armonía cultural: «*todos los directores están en contacto permanente con la familia Delanchy y eso es palpable. Se observa la misma mentalidad en todas partes, independientemente de la zona geográfica*». Además, en todas partes, Sylvain Malmouche aplica la misma visión del retrato: busca «una imagen que refleje a la persona».

Asimismo, toma fotos convencionales, «por si acaso», en las que los empleados adoptan una expresión seria, aunque, por lo general, la empresa selecciona y publica aquellas en las que los hombres y las mujeres esbozan una sonrisa natural y espontánea, ya que quiere mantener y transmitir una imagen de dinamismo y de autenticidad alegre.

«Se seleccionan aquellas fotos en las que los hombres y las mujeres esbozan una sonrisa natural y espontánea»

Mostrar el éxito colectivo

Para el fotógrafo, las fotos de grupo siempre son un momento destacado; es fácil plasmar la cohesión de los equipos. «*Esto funciona especialmente porque el Grupo DELANCHY es una empresa familiar, donde se trata con la misma consideración a los directivos y a los operarios que trabajan en los muelles. «Todos cuentan»*. Sus fotos suelen aparecer en las retrospectivas anuales de la empresa, para simbolizar el éxito colectivo, la capacidad de unirse en torno a un proyecto común y la solidaridad en acción. Cuando los operarios y los mozos de carga y descarga se ven sometidos a un ritmo de trabajo intenso y a una gran cantidad de trabajo en los almacenes, con frecuencia, los directores se ponen su equipo de protección individual para echar una mano o facilitar las maniobras. Ese espíritu de ayuda mutua, tan marcado en los oficios del mar, se observa en la imagen. La fotografía es tanto un medio de expresión, como un soporte esencial de comunicación. Recurrir a ella con tanta regularidad demuestra un deseo de conservar un recuerdo, que adquiere una dimensión familiar; los empleados y empleadas, como principales protagonistas, expresan la intención de encarnar a la empresa a través de ellos mismos. Esto parece indicarnos, por un lado, que cada persona es fundamental y que constituye su principal riqueza, pero también que el «trabajo en equipo», fomentado a través de estas campañas, es su pieza central. Por último, las sonrisas son el reflejo de un ambiente acogedor. Transmiten la idea de que crear un entorno de trabajo que respete el bienestar de los equipos es un elemento central del proyecto del grupo.



Sylvain Malmouche, fotógrafo humanista

Tras obtener un título de técnico superior en «Comercialización», Sylvain Malmouche optó por la fotografía hace casi tres décadas. Abandonó los estudios que había empezado para ingresar en una escuela de fotografía de París. Al salir, perfeccionó su formación sobre el terreno. Ya sea en las pistas de esquí o en el Caribe, fue agudizando su mirada al compás de las estaciones. En 1997, se instaló en Laval, donde se hizo cargo del estudio Regards Photographe. Lleva más de 10 años trabajando para DELANCHY y, en 2017, se le concedió el título de retratista de Francia. Para él, cada imagen captada es el fruto de un encuentro.

Elise Busnel,
Frigo Transports 50,
en Guilberville.







*Célia Fiant y Damien
Letourneur, conductores de
Frigo Transports 50,
en Guilberville.*



*David Le Fort, preparador
de pedidos en Bretagne
Transport 56, en Guidel.*



*Stéphane Demeulle,
mecánico en Frigo Transports 50,
en Guilberville.*



*Michèle Forestier,
comptable principal
en Défitrans, en Guidel.*



CARNEPORN
BIRNBOGS
KITZER





Loïc Paris, preparador de pedidos en Frigo Transports 50, en Guilberville.



ZE 100% ÉLECTRIQUE



Una fe absoluta en el camino hacia la electrificación

Desde hace ya más de 20 años, los transportistas por carretera están sujetos a exigencias contradictorias. Los informes se suceden, el marco normativo es cambiante, los fabricantes innovan y avanzan, pero ante las demoras del legislador, ganan tiempo, dan marcha atrás o se desvían hacia nuevas alternativas. En medio de esta incertidumbre, el Grupo DELANCHY sigue adelante con su estrategia de experimentación pragmática en este entorno, sin renegar de sus convicciones ni perder de vista lo fundamental: la excelencia y la rentabilidad operativa.

La transición energética del transporte por carretera hace 20 años

En aquella época, la transición energética aún no se refería principalmente a la electrificación o a las «emisiones cero», sino ya al uso de biocombustibles (biodiésel, etanol y aceites vegetales) como alternativa a los combustibles fósiles. Es decir, se trataba de la cuestión de los combustibles alternativos y la eficiencia energética en un sector dominado por el diésel.

Informes como «Biofuels for Transport» (OCDE, 2004) analizaban cómo el etanol, el biodiésel u otros combustibles líquidos podrían sustituir una parte significativa del petróleo en el sector del transporte, al tiempo que evaluaban las repercusiones económicas y técnicas de dichos combustibles.

En Europa, la Directiva 2003/30/CE (2003) ya tenía por objeto incorporar biocombustibles a los combustibles para el transporte por carretera, con obligaciones cuantificadas (objetivos progresivos hasta 2010): fue uno de los primeros marcos políticos europeos destinados a fomentar estas alternativas. Varios años después, el balance es claro: los avances con mayor impacto se han efectuado en la mejora de la eficiencia de los motores diésel y en la introducción de tecnologías híbridas, motores de mayor rendimiento o mezclas de combustibles más limpias. En cuanto a la estrategia, la incertidumbre no se ha disipado. Mientras que China y Estados Unidos han optado por estrategias energéticas radicalmente diferentes (la electricidad como única opción, en el primer caso, y la prioridad a la energía térmica en el segundo), Europa se encuentra en una situación intermedia que no ayuda

a la claridad para los transportistas. Los análisis que ofrecen los importantes influenciadores, aunque útiles, suelen parecer alejados de la realidad, sin tener en cuenta unos plazos que parecen muy lejanos. Los escenarios indican que una combinación de electricidad, biodiésel, biometano e hidrógeno sustituirá progresivamente al diésel y se prevé que predominarán los vehículos pesados eléctricos con baterías, lo que confirma el objetivo de alcanzar la neutralidad en carbono dentro de... 25 años. Una trayectoria que forma parte de los planes estratégicos de los fabricantes europeos de vehículos pesados.

Algunos observadores lamentan que la electrificación de estos vehículos siga siendo marginal, en torno al 2 % de las ventas, a pesar de que «se habrían superado los obstáculos tecnológicos y logísticos». Desde la perspectiva práctica, este aspecto es muy discutible, ya que las limitaciones en cuanto a costes, autonomía y recarga siguen siendo un reto. Es posible que esta constatación sea lo que dé lugar a numerosos proyectos a los que el Grupo DELANCHY presta, desde luego, mucha atención.

Cabe destacar el proyecto de la «autopista eléctrica» impulsado por VINCI Construction, que es el primero de este tipo en el mundo en una autopista abierta al tráfico y que se ha probado en un tramo de la A10. Un sistema de recarga dinámica por inducción permite que los vehículos eléctricos se recarguen mientras circulan. «Estamos muy a favor de su desarrollo», afirma con entusiasmo Yannig Renault, director técnico del grupo.

La recarga durante la conducción permitirá reducir el tamaño y el peso de las baterías al tiempo que se conserva la autonomía (véase también nuestro artículo sobre este tema en la página 93).

Asimismo, podemos mencionar el proyecto ECTN (European Clean Transport Network Alliance), que cuenta con un cambio en la organización del transporte de larga distancia. El concepto se inspira directamente en el modelo de las casa de postas (creadas en 1477 durante el reinado de Luis XI), que condujo a la creación de estaciones intermedias equipadas con puntos de recarga para camiones en la red de autopistas o en sus inmediaciones. El principio es sencillo: cuando llega a la estación, el conductor desacopla su remolque que, luego, se acopla al camión que realiza el trayecto del siguiente tramo y, mientras tanto, se vuelve a cargar.

«Para ello, el sistema necesitará una autonomía mínima de unos 450 km para ajustarse a los tiempos de parada reglamentarios», nos recuerda Yannig, y sigue dependiendo en gran medida de una importante financiación pública que permita construir estas estaciones intermedias de recarga y de una electrificación masiva de las flotas de los transportistas.

«Las limitaciones en cuanto a costes, autonomía y recarga siguen siendo un reto»

Nos sentimos tentados a decir que «el camino es recto, pero la pendiente es empinada», aunque en DELANCHY, la experimentación con camiones eléctricos pronto cumplirá 10 años y, este año, nuestro desarrollo continúa a través de las nuevas entregas de Renault Trucks E-Tech y la primera integración de un semirremolque equipado con un generador E-Axle Power desarrollado por BPW y Thermo King. Una tecnología que permite generar electricidad durante las desaceleraciones, las reducciones de velocidad o los descensos (véase también nuestro artículo sobre este tema en la página 95).

De este modo, el Grupo DELANCHY demuestra su compromiso con la electrificación, una tecnología cuya fiabilidad mejora sin cesar y cuya eficiencia energética está más que demostrada. Desde ahora, el grupo cuenta con una flota de 15 vehículos destinados a prestar servicio en los centros urbanos.

«Desde hace diez años, el grupo ha multiplicado sus experimentaciones»

Un esfuerzo considerable, a pesar de que no contar con las condiciones económicas necesarias. «Si bien la democratización del coche eléctrico ha abaratado el coste de las baterías, el precio de los camiones eléctricos sigue siendo demasiado elevado para permitir su uso generalizado en el sector del transporte por carretera. Su despliegue aún depende de las ayudas públicas (ADEME en Francia)», explica Yannig. Hasta 2025, los criterios de asignación eran variables y hacía falta toda «una fe absoluta» para mantener el rumbo hacia la electrificación. «Es necesario entender que necesitamos certezas y visibilidad para llevar a cabo un plan de inversión coherente. Contamos con una flota de cerca de 1000 motores que renovamos (una vez que el vehículo se ha amortizado financieramente) en un 15 % anual. Se trata de inversiones importantes, cuya pertinencia determina la excelencia operativa, sobre la que nunca hacemos concesiones, así como la rentabilidad, una condición indispensable para nuestra durabilidad», concluye Yannig, quien, a pesar de estas incertidumbres, no duda de que el futuro del transporte por carretera será eléctrico.



Regreso al futuro

Las casas de posta surgieron a finales del siglo XV, durante el reinado de Luis XI, con la creación del servicio de los Chevaucheurs du Roi. En 1632, había 623 de ellas. En Francia, este número ascendió a 1426 en vísperas de la Revolución y rondaba las 2000 en 1850.

Consumo periférico

Nuestra actividad requiere el uso de grupos frigoríficos y trampillas elevadoras, a las que también hay que suministrar energía. Esto supone una reducción de la autonomía de entre un 10 % y un 15 %.

«los avances con mayor impacto se han efectuado en la mejora de la eficiencia de los motores diésel y en la introducción de tecnologías híbridas »



La actividad logística, una ventaja competitiva duradera

El Grupo DELANCHY, conocido durante mucho tiempo como especialista en el transporte de productos frescos, ha transformado progresivamente su modelo de negocio para convertirse en un actor integrado en la *cadena de suministro* a temperatura dirigida. La actividad logística, estructurada en torno a plataformas específicas agrupadas bajo la marca DPS (Delanchy Prestations de Service), representa actualmente el 15 % del volumen de negocio y exhibe una dinámica de constante crecimiento. Gracias a este cambio, DELANCHY se consolida como un especialista en logística capaz de gestionar flujos complejos, desde la recepción hasta la entrega final.

Estructurar la actividad logística: una evolución acertada

Aunque la logística ya formaba parte del día a día de las agencias Frigo Transports del Grupo DELANCHY, en 2006, se tomó la decisión de estructurar esta actividad mediante la creación de agencias DPS especializadas.

Esta evolución es parte de lo que los teóricos de la gestión denominan «ambidextría organizacional». Este concepto, que surgió en los 70, se refiere a la capacidad de una empresa para gestionar simultáneamente dos lógicas diferentes: el aprovechamiento de su amplia experiencia y la exploración de nuevas áreas de negocio. En el sector de la *cadena de suministro*, esta dualidad se impone de forma natural entre el control de los flujos de entrada y el rendimiento de los flujos de salida. Durante mucho tiempo, el sector de los productos frescos se resistió a esta organización dual, a diferencia de otros, como el de la cosmética. Sin embargo, los cambios económicos, sociales y tecnológicos han hecho que este cambio sea inevitable.

En la actualidad, el Grupo DELANCHY cuenta con siete agencias DPS en Francia. Cuatro se encuentran instaladas en el recinto de Rungis. Las otras tres se encuentran en Ladoix-Serrigny (dpto. francés de Côte-d'Or), en Générac (dpto. francés de Le Gard) y en Mortagne-sur-Sèvre (dpto. francés de Vendée). A excepción de la de Chilly-Mazarin, en Rungis, todas las plataformas DPS son «monocliente», lo que les permite una organización a medida y una optimización precisa de los recursos. Además, cada centro funciona como un centro de beneficios.

METRO, un socio de larga data

La colaboración de larga data con METRO Francia representa un pilar fundamental de la actividad logística del Grupo DELANCHY, proveedor de METRO de productos frescos bajo temperatura dirigida y encargado de la entrega diaria a sus 100 tiendas en Francia.

El esquema operativo es especialmente exigente: la mercancía se recoge el día A, se recibe e incorpora a las existencias entre medianoche y las 7 de la mañana, se prepara según los pedidos transmitidos por METRO y, luego, se entrega justo a tiempo, a más tardar a las 5 de la mañana del día B. De esta forma, el Grupo DELANCHY constituye el eslabón central entre productores y distribuidor, lo que garantiza regularidad, trazabilidad y fiabilidad. Los preparadores de pedidos reciben los palés completos, efectúan un control de conformidad y, a continuación, distribuyen la mercancía según los pedidos de cada almacén. *«Este modelo genera un servicio de gran valor añadido para el cliente, el que se beneficia de la masificación de los flujos de entrada y de una entrega perfectamente adaptada a sus necesidades en el flujo de salida»*, analiza Xavier Bateman, responsable de la cartera METRO en el grupo. *«La ingeniería informática desempeña un papel fundamental en este sistema. El departamento de sistemas de información del grupo, compuesto por alrededor de veinte expertos del sector, desarrolla y mejora un sistema ERP interno capaz de gestionar la preparación de pedidos en múltiples centros, garantizar un seguimiento en tiempo real mediante el escaneo constante de los códigos de barras e intercambiar datos con los fabricantes y los distribuidores. «Esta integración digital permite optimizar los kilómetros recorridos, compartir determinadas inversiones y mejorar el comportamiento medioambiental»*, añade.

«La colaboración de larga data con METRO Francia representa un pilar de la actividad logística del Grupo DELANCHY »

*DPS 21 abastece a 22 tiendas
METRO de Francia, en una
zona que abarca desde
Estrasburgo hasta Lyon.*





El DPS 21 tiene una superficie de casi 50 000 m². La plataforma cuenta con un muelle equipado con 28 puertas, un almacén bajo temperatura dirigida de 6 000 m² y 2 500 m² de paneles fotovoltaicos.



Se contrató a más de 60 preparadores de pedidos para la apertura de DPS 21. Las condiciones de trabajo son óptimas: las instalaciones, completamente nuevas, se encuentran en medio de un paisaje encantador.



Visión general de una plataforma modelo en Ladoix-Serrigny

La nueva plataforma DPS 21, inaugurada a finales de 2025, es un claro ejemplo del incremento de la actividad logística del Grupo DELANCHY. Se decidió llevar a cabo este ambicioso proyecto con motivo de la obtención de una licitación por parte de DELANCHY convocada por METRO.

«Más allá del rendimiento operativo, la logística constituye un vector de estabilidad económica»

DPS 21 cuenta con cerca de 50 000 m² de terreno, a menos de 10 km al noroeste de Beaune, en un entorno encantador en el corazón de las laderas de las denominaciones más prestigiosas de Borgoña. Su superficie de refrigeración, de 6 000 m², se divide en dos zonas: una a 1 °C para productos frescos (alimentos perecederos: productos lácteos, carnes, aves, embutidos, etc.) y otra a 7/8 °C para frutas y verduras. Diseñado como un solo espacio, sin pilares de soporte interiores, el edificio ofrece una profundidad y una fluidez de circulación que optimizan las operaciones de preparación. Veintiocho puertas de muelle equipadas con abrigo facilitan las operaciones de carga y descarga. Además, el recinto cuenta con 2 500 m² de paneles fotovoltaicos, instalados en el aparcamiento de los empleados, que generan una energía que se consume directamente para las necesidades diarias.

«La nueva plataforma DPS 21, inaugurada a finales de 2025, es un claro ejemplo del incremento de la actividad logística del Grupo DELANCHY»

En Ladoix-Serrigny, las operaciones empiezan a las 3 de la madrugada, con la recepción de los palés entregados por fabricantes como Herta o Lactalis, así como por proveedores locales. *«Dos departamentos de METRO funcionan de forma permanente: logística y calidad. Los inspectores de METRO verifican la calidad de las frutas y verduras antes de incorporarlas a las existencias. A continuación, los preparadores se encargan de los pedidos respetando estrictamente los requisitos de temperatura y la categoría de los productos. Desde nuestras instalaciones, abastecemos a veintidós tiendas METRO»*, explica su director, Jordy Arias. En la actualidad, DPS 21 cuenta con más de 80 empleados con contrato indefinido. El entorno de trabajo especialmente agradable que ofrecen las nuevas y amplias instalaciones contribuye a reforzar la unidad y la fidelidad de los equipos, lo que a su vez ayuda a aumentar su productividad.

En lo que respecta al transporte, las sinergias están en marcha gracias a Frigo Transports 21, Frigo Transports 69, Frigo Transports 54 y TFA. Los vehículos de doble temperatura con mampara desmontable permiten optimizar los recorridos y combinar diferentes tipos de mercancías en un mismo trayecto. *«Nuestra colaboración con METRO se basa en la confianza mutua y en el deseo de crecer juntos»*, añade Jordy Arias.

Más allá del rendimiento operativo, la logística constituye un vector de estabilidad económica. Ante las inclemencias del tiempo, las tensiones sociales o los cortes de carreteras, la red nacional del grupo permite garantizar la continuidad de la actividad. Esta fiabilidad refuerza la credibilidad de DELANCHY ante sus socios. Las perspectivas de desarrollo son importantes, ya que Europa sigue siendo un mercado por conquistar.

«El Grupo DELANCHY, que constituye el eslabón central entre productores y distribuidores, ha creado una ventaja competitiva duradera al integrar la logística en su modelo de negocio»

Los cambios en el sector de la restauración comercial y colectiva, el auge del comercio electrónico de alimentos y la creciente integración de los flujos también ofrecen nuevas oportunidades. Las innovaciones tecnológicas, ya sean herramientas digitales o infraestructuras energéticamente eficientes, son incentivos clave para mejorar la competitividad y, al tiempo, impulsar la transición energética.

En el transcurso de tres décadas, la cadena de suministro se ha convertido en un motor fundamental de las transformaciones económicas y sociales. Al llevar su modelo hacia una logística integrada, DELANCHY ha sabido anticiparse a estos cambios y crear una ventaja competitiva duradera. La actividad logística, que antes era complementaria al transporte, desde ahora, es un componente estratégico de éste.



Las flores, un producto vivo y frágil

El transporte de flores requiere una logística de cadena de frío muy exigente, comparable a la de los productos farmacéuticos en cuanto a requisitos de estabilidad. Es un ámbito que el equipo de BJG Team24, que se incorporó al grupo en 2022, domina a la perfección.

Un saber hacer específico

La empresa BGJ Team 24, cuyo nombre hace referencia a su disponibilidad las 24 horas del día, fue fundada en 1999 por Peter Jacobs, Antonio Barbagiovanni y Urs Gander, en Chiasso, situada en el cantón del Tesino, Suiza.

Chiasso se encuentra a unos 50 kilómetros de Milán, muy cerca de la frontera italiana y del lago de Como. La empresa distribuye productos alimenticios a temperatura controlada en Suiza.

En 2007, BJG Team 24 inauguró una segunda sucursal en Milán y, en 2016, una tercera en Ginebra, antes de unirse al Grupo DELANCHY en 2022.

Una de las particularidad de la empresa, dirigida por Simone Buscone, es que se ha especializado en el transporte de flores frescas cortadas. Este tipo de transporte requiere rapidez,

precisión, un control constante y un gran sentido de la responsabilidad, ya que la calidad del producto depende directamente del dominio cada etapa del servicio.

«No se trata de una mercancía como las demás, la flor cortada es un producto vivo y muy perecedero. Esto significa que los plazos deben reducirse al mínimo y que cada etapa del transporte debe gestionarse con el mayor cuidado», explica Antonio Barbagiovanni, responsable del servicio de flores y cofundador de BJG Team24 que, para esta actividad específica, transporta flores frescas cortadas principalmente desde Italia a Suiza, pero también desde Francia (Niza y Hyères).

Desde luego, uno de los aspectos fundamentales es el control de la temperatura: los vehículos están refrigerados y la cadena

de frío debe mantenerse constante, desde la salida hasta la entrega final. *«Bastan unas pocas horas de variaciones de temperatura para alterar la calidad del producto. Anticipadamente, se debe controlar cuidadosamente la carga, la descarga y la distribución para evitar los choques térmicos»*, añade Antonio.

«El transporte de flores requiere rapidez, precisión, un control constante y un gran sentido de la responsabilidad»

Otra característica muy importante de las flores frescas cortadas es la fragilidad del producto. Las flores deben almacenarse con cuidado para evitar que se aplasten o sufran movimientos bruscos durante el transporte. Se necesita experiencia y cuidado, ya que la calidad visual y estética del producto es determinante para los clientes finales. Por último, el sector floral es un mercado muy estacional. Con motivo de eventos como San Valentín, el Día Internacional de la Mujer, Semana Santa o el Día de Todos los Santos, el volumen de trabajo aumenta considerablemente y la organización debe ser aún más flexible y eficaz.

«La calidad visual y estética del producto es determinante para los clientes finales»

Desde el punto de vista logístico, el servicio es especialmente complejo, debido a una distribución capilar muy fina. *«No realizamos entregas solo a grandes destinatarios, sino también a numerosos clientes repartidos por toda la región, a menudo, floristas con necesidades específicas y plazos muy ajustados. «Esto requiere una planificación detallada de los recorridos y una coordinación perfecta entre la llegada de la mercancía, la clasificación y las entregas»*, precisa antes de añadir: *«además, trabajamos por la tarde y por la noche, ya que las flores deben estar disponibles a primera hora de la mañana, listas para su venta. Esto necesita una sincronización perfecta entre el transporte, los trámites aduaneros y la distribución final»*.



Antonio Barbagiovanni



Simone Buscone

De esta manera, el transporte de flores supone una especialidad adicional que se suma a los activos del grupo, lo que satisface a Stéphane Galliard, responsable de la actividad de DELANCHY en el sur de Europa (3 centros en Italia, 2 en España y 2 en Suiza).

«Se trata de un saber hacer específico y una forma de diversificación oportuna en un contexto a veces exigente», explica Stéphane. Cabe mencionar que, en el sur de Europa, el grupo opera principalmente como comisionista y cultiva relaciones duraderas con pequeños transportistas. Una organización basada en la cercanía, la confianza y la fidelidad, *«y en la presencia de profesionales con amplia experiencia, como Antonio Barbagiovanni, ¡que conoce este sector como la palma de su mano!»*.

«Las flores deben estar disponibles a primera hora de la mañana, listas para su venta. Esto necesita una sincronización perfecta entre el transporte, los trámites aduaneros y la distribución final»

La experiencia de Antonio se remonta a más de 10 años, antes de la creación de la empresa en 1999. *«Trabajé durante mucho tiempo en Danzas, donde adquirí un profundo conocimiento del sector del transporte y el despacho de aduanas y competencias fundamentales en la gestión de envíos internacionales, los trámites aduaneros y la coordinación con clientes y exportadores»*.

Gracias a esta experiencia, la empresa establece relaciones sólidas con los exportadores de San Remo y del sur de Italia, basadas no solo en *«la profesionalidad, sino también en la confianza y la amistad»*. *Son vínculos que siempre he considerado un valor fundamental*, concluye Antonio, un apasionado de su oficio y, sin duda alguna, un auténtico amante de las flores!

¡Atrevámonos con la poesía!

Este ángel que flota sobre las praderas,
Pálido e inclinado como sus lirios,
Es uno de mis ensueños
Que quedó en las flores que cogí.

Y sobre sus alas inclinadas
Aquel que disfruta al exhalar,
Es solo uno de mis pensamientos
Que tus labios van a respirar.

Alphonse de Lamartine

BJG Team 24 SA





*Primera convención MOVE IT
realizada en las instalaciones de
Etiolles, en la región parisina.*

I Like to Move It, Move It!

«*I Like to Move It, Move It*», el tema principal de la exitosa película Madagascar y sus secuelas, lleva ya dos años sonando en la cabeza de todos en DELANCHY, ¡y esto no acaba aquí!

El tema del dúo Reel 2 Real, premiado en los Global Music Awards, hay que mencionarlo, se adapta a la perfección al ritmo con el que se está desplegando en la empresa el proyecto llamado MOVE IT. No cabe duda de que Thierry Lemaire, director del proyecto del Grupo DELANCHY, y Julio Borrell, su homólogo de AndSoft, socio del proyecto, bailarían de alegría cuando, por fin, se dé inicio a MOVE IT, el nuevo software empresarial de DELANCHY. Thierry Lemaire explica: «*el proyecto está en el centro del funcionamiento de la empresa; supone la participación de todos los empleados y nos impulsa hacia una nueva visión de nuestra actividad*». De hecho, todas las funciones vitales de la empresa darán un

gran salto hacia delante, empezando por la planificación del transporte, la atención con el cliente, todos los controles, la gestión de incidencias y, por supuesto, el servicio posventa.

El proyecto cuenta con la participación de todo el equipo de la sede y de cuatro directores de sucursales que participan en la dirección del proyecto: Mickael Cadeau, Martine Coquil, Stéphane Galliard y Benoît Renaud. Un proyecto unificador que ha dado lugar a varias reuniones en las que han participado todos los directores de agencia, los jefes de proyecto de la sede y de las agencias, los embajadores y los equipos sobre el terreno.



Un ejemplo de esta pequeña revolución es el portal del cliente que, gracias a su ergonomía y sus funciones, materializa estos avances. «Nuestro objetivo es ofrecer al cliente una interfaz transparente sobre la relación que mantenemos con él», destaca Thierry, quien hace hincapié en la trazabilidad, pero también en el intercambio de datos en tiempo real y en la fluidez de las relaciones que derivará de ello.

«MOVE IT es un software desarrollado específicamente para DELANCHY, que tiene en cuenta tanto sus necesidades, como su cultura corporativa», explica Julio Borrell, director técnico de AndSoft, empresa andorrana que produce y comercializa softwares de gestión del transporte y la logística.

«Necesitábamos contar con el apoyo de un socio que entendiera a DELANCHY y que nos ayudara, casi 60 años después de nuestros inicios, a seguir revolucionando el mundo del transporte y a marcar nuestra diferencia», afirma Brigitte Delanchy en una serie de vídeos realizados sobre el tema, bajo la dirección del departamento de comunicación, y que es prueba, si fuera necesario, de que el proyecto moviliza a toda la empresa. El software será de gran ayuda en cada etapa de la oferta de servicios del grupo y constituirá, de algún modo, «un superasistente» que coordinará y gestionará numerosas tareas, para facilitar, por ejemplo, los envíos agrupados, que permiten ahorrar costes y reducir la huella de carbono del grupo. La configuración es un requisito imprescindible para que MOVE IT se pueda implementar fácilmente en todas partes (Francia y el resto de Europa). «Es el fondo del asunto: MOVE IT requiere una configuración generalizada de toda la red. «Es un reto en que deben participar todos los empleados», añade Thierry, quien se alegra con la acogida que ha tenido el amplio plan de formación que se ha puesto en marcha a un ritmo constante. Cabe decir que todos van descubriendo

poco a poco todas las ventajas del nuevo software: la claridad ha mejorado considerablemente, la introducción de datos es más fácil y la ergonomía está presente.

«MOVE IT nos ayudará a atender mejor a nuestros clientes gracias al portal, que ofrece información fiable y nos permite prever los recursos humanos y materiales necesarios», se enorgullece Sébastien Pecqueux, director comercial, quien también destaca el carácter «a medida» del proyecto.

«El proyecto está en el centro del funcionamiento de la empresa; supone la participación de todos los empleados y nos impulsa hacia una nueva visión de nuestra actividad»

Es el resultado de un exhaustivo trabajo previo que incluyó, principalmente, la realización de estudios de impacto para evaluar las prácticas, la creación de puntos de contacto en las agencias (a través de embajadores y formadores) y un acompañamiento personalizado cuando lo requieran las particularidades y especialidades de algunas agencias.

Última etapa: la organización de pruebas en paralelo para someter el software a situaciones reales y en condiciones de seguridad óptimas.

En cuanto a los usuarios, la satisfacción está garantizada, «¡cumple su función!», «¡es intuitivo!», «¡es extraordinario!» se oye decir en los distintos departamentos, que se preparan para su implementación en 2026!



Benoît Renaud (director de Frigo Sports 17), miembro del equipo del proyecto, responde a las preguntas de la asamblea.



«MOVE IT requiere una configuración generalizada de toda la red. Es un reto en que deben participar todos los empleados»



Combinar experiencia y competencia: el arte de la tutoría según DELANCHY...

Los perfiles sénior, lejos de los estereotipos sobre la inadaptabilidad o la resistencia al cambio, constituyen una auténtica «memoria viva» para la empresa que, mediante el método de la tutoría, apuesta por la transmisión de conocimientos y la estabilidad. Descubramos esta práctica a través de un caso emblemático: ¡el director de RR. HH. que, en DELANCHY, puede ayudar a otro!

¡Cuidado con el vacío generacional!

La competencia se caracteriza por la capacidad de actuar empleando los conocimientos, las cualidades y las habilidades de cada uno. En cuanto a la experiencia, esta se basa en la trayectoria profesional, las tareas realizadas, las situaciones vividas y los resultados obtenidos. Debido a una confusión entre ambos conceptos, muchas empresas o proyectos se enfrentan a graves dificultades. En este ámbito de los fracasos que resultan de la falta de transmisión de la experiencia, cabe mencionar el emblemático proyecto del reactor EPR de Flamanville (¡12 años de retraso y 16 000 millones de euros de sobrecoste!). Las explicaciones de este retraso son diversas y son objeto de debates, a veces, muy técnicos (pero no por ello menos apasionantes, como lo demuestran las comisiones del Senado sobre este tema). Sin embargo, hay un aspecto en el que todos coinciden: el proyecto de Flamanville, más que ningún otro, ha puesto de manifiesto la preocupación sobre la capacidad del sector para renovarse, es decir, para cubrir el vacío generacional

entre los grandes proyectos nucleares de los años 80 y 90 y el proyecto de Flamanville. En concreto, la jubilación del personal con más experiencia coincidió con su sustitución por personas que nunca han participado en el diseño y la ejecución de obras de esta naturaleza, duración y envergadura. En otras palabras: ¡simplemente nunca se han encontrado!

Vínculos intergeneracionales

Brigitte y Frédéric Delanchy (quienes, a su vez, siguen contando con el valioso apoyo de Joseph Delanchy) integraron en la empresa el concepto de tutoría, guiados por la visión de que es necesario establecer un vínculo intergeneracional. «*La idea no es pasar unos días o unas semanas juntos, sino, en la medida de lo posible, varios meses y trabajar realmente cada día para transmitir nuestra cultura*», explica Brigitte Delanchy.



*Emmanuel Violle y Sébastien Dourdent.
Directores de recursos humanos.*



Una convicción que comparte Emmanuel Violle, director de Recursos Humanos desde hace muchos años (¡24 este año!), quien considera que este «*período de transición*» es beneficioso para todas las actividades de la empresa, a tal grado que lo aplica a sí mismo al acoger y acompañar a Sébastien Dourdent, su sucesor. Sébastien se unió a la empresa el 1 de abril de 2025 y empezó su integración con una visita completa a las oficinas en Francia y fuera de este país. «*Empezamos a trabajar juntos de verdad a partir del 1 de septiembre*», cuenta Emmanuel, quien destaca las cualidades y los conocimientos de su compañero, con quien comparte el mismo despacho en La Gravelle, en la sede del grupo. «*Mi función consiste en actuar como facilitador o intérprete dentro de la empresa para transmitir la cultura de DELANCHY. Ser capaz de dar las explicaciones adecuadas sobre tal o cual tipo de práctica, a veces, un poco fuera de lo común*», señala.

«*Emmanuel posee esa trayectoria, que yo no tengo. Además, necesito hablar con él sobre el funcionamiento de la empresa: eso me permite ahorrar tiempo*», añade Sébastien, quien asumió la dirección del departamento el 1 de enero de 2026, con la asistencia de dos personas: Lucie Tertrais, encargada del transporte, y Santène Moussu, que gestiona la logística. Emmanuel, por su parte, ha conservado parte de las agencias (algunas de ellas de tamaño considerable, como Copromer y Trans Froid Auvergne) y seguirá colaborando con ellas durante mucho tiempo aún.

«*El departamento necesita esta experiencia y también que compartamos la gestión de los centros durante la transición*». Sin embargo, el interés de las tutorías no se limita a esta distribución inteligente de la carga de trabajo, sino que también consiste en aprovechar este periodo para liberar tiempo y trabajar en asuntos transversales, como el seguimiento y la reducción del número de infracciones a la política de responsabilidad social del sector del transporte. «*Emmanuel lo domina mucho mejor que yo. Fue una oportunidad para que se dedicara a abordar este tema de forma mucho más profunda*».

«Se hace todo lo necesario para que los empleados se sientan lo mejor posible y eso se nota en sus sonrisas»

Múltiples virtudes

Otro aspecto positivo de este periodo de tutoría es la posibilidad de conversar (a menudo, tomando un café) sobre la evolución del servicio y su organización. De forma natural, Sébastien está diseñando una nueva estructura organizativa a fin de responder a los nuevos retos del departamento y al desarrollo constante de la empresa. Le agrada poder perfeccionar este proyecto junto con Emmanuel con vistas a garantizar su éxito, al tiempo que mantiene la flexibilidad y la autonomía propias de los directores de agencia y que caracterizan al Grupo DELANCHY, lo que se traduce en un excelente ambiente de trabajo. «*Mi objetivo es que Sébastien tenga éxito. ¡No quiero que se vaya corriendo!*», recuerda Emmanuel con una sonrisa. «*Sébastien aporta un cambio y eso está*

muy bien: nos saca de nuestra rutina». «*Esto permite comparar los análisis y, a veces, replantearse ideas preconcebidas que habrían funcionado en otra empresa, ¡pero que, en DELANCHY, son un poco diferentes!*», le responde Sébastien, quien también elogia las evidentes cualidades de la empresa.

«*Varias cosas me han sorprendido. La primera, que es algo visual, es la limpieza. Es extraordinaria la atención que se presta a los espacios sociales en una empresa de transporte. Como ya he visitado varias empresas anteriormente, entre ellas, una gran empresa de transporte y logística, puedo decir que no siempre se le presta tanta atención. Las instalaciones están limpias y bien equipadas; se hace todo lo necesario para que los empleados se sientan lo mejor posible y eso se nota en sus sonrisas*».

Un descubrimiento físico y humano: «*hay gente excepcional, personas que resultan muy entrañables*», comenta con entusiasmo Sébastien. Su reto consistirá, entre otras cosas, en mantener esa cultura y esa mentalidad, a pesar de los cambios generacionales que se inician. «*Las personas necesitan encontrar un sentido a lo que hacen y comprender por qué lo hacen. Tenemos que adaptarnos a esta nueva forma de relacionarnos con el trabajo y dar sentido a la labor de cada empleado, sea cual sea su puesto*», analiza Sébastien, quien también recomienda una revalorización de la propia actividad. «*El Grupo DELANCHY se dedica al transporte de productos alimenticios. ¡Entonces, tiene sentido! Hay que explicar de dónde proceden estos productos, cómo se transportan, hasta dónde llegan y cómo se consumen*», concluye Sébastien, bajo la mirada de complicidad de Emmanuel, quien asiente.

Es real.

Aquí, se canta... ¡sobre todo en Bretaña!

Si bien la tutoría (en francés, «*tuilage*») es una técnica reconocida en el ámbito de los RR. HH., en Francia, el término también se emplea en otro completamente distinto: la técnica de canto a coro llamada «*tuilage*».

Esta consiste en que varios cantantes interpretan una canción por turnos y el que continúa repite las últimas sílabas del anterior. De esta manera, nunca hay pausas ni en la dicción ni en el ritmo. Un aspecto especialmente importante para los bailarines, en el caso de las canciones para bailar.

Esta técnica se utiliza tradicionalmente en distintos lugares del mundo y, en particular, en Bretaña con el Kan Ha Diskan, que se basa en gran medida en el «*tuilage*», también conocido como contrapunto.

¿Una idea original para animar las fiestas de despedida?

«Al venir del mundo de la policía, está claro que estamos formados, condicionados, así que somos policías toda la vida »



Stéphane Le Bihan y Sébastien Depayras forman el equipo de «normativa y seguridad».

Gendarme una día...

Desde 1996, en el Grupo DELANCHY, el equipo de «normativa y seguridad» se compone sistemáticamente por policías, para quienes esto supone una nueva vida. Entrevista a Stéphane Le Bihan y Sébastien Depayras, que acaban de asumir sus cargos y están impulsando avances en la política del grupo en este ámbito, cuyos retos son humanos, técnicos, financieros y de reputación.

El transporte por carretera de mercancías y pasajeros es una actividad regulada. El Estado vela, por un lado, por las condiciones de trabajo de los empleados, la seguridad y el respeto de la competencia (en un contexto europeo abierto) y, por otro, garantiza la aplicación de las sanciones. En este ámbito, el Grupo DELANCHY cuenta con una serie de medidas e iniciativas que ponen de manifiesto cuán prioritario es el tema: centralización de las infracciones, código de conducta para los conductores, cursos de formación periódicos, creación de una unidad de prevención de riesgos psicosociales y nuevas adicciones, tutorías, así como la constitución de un Comité de Seguridad del Grupo en el que participan representantes de todos los departamentos. A este completo y eficaz sistema se suma el «toque» DELANCHY, creado por Joseph Delanchy, quien en 1996 decidió renovar y reforzar el perfil de los equipos de «normativa y seguridad» a través de la incorporación del primer expolicia. Una tradición ahora bien implantada, que ha demostrado ampliamente su eficacia y que, además, constituye una excelente vía de

reconversión y de una nueva vida profesional para quienes se interesan por ella. *«Hace ya un año y medio que me uní al grupo. Sustituyo a Pascal Grandin. «Tras 32 años en la policía, terminé mi carrera con el grado de capitán adjunto al mando de la compañía de Lorient», explica Stéphane, director del Servicio de Normativa y Seguridad del Grupo. Dado que Pascal Grandin se encontraba enfermo, la transición (véase también el artículo de la página 72) se llevó a cabo junto a Sylvain Victorin-Savarin, su adjunto, a quien Sébastien sucedió en enero de 2026. Para Stéphane, el principal descubrimiento fue de ámbito cultural: «al venir del mundo de la policía, está claro que estamos formados, condicionados, así que somos policías toda la vida. Cuando se pide algo en la policía, se obtiene al instante. Sin embargo, en el sector empresarial, todos tienen sus limitaciones y, a menudo, hay que esperar y, a veces, adaptarse para obtener la información solicitada. Los directores de agencia son auténticos empresarios, centrados en las operaciones, aunque, al fin y al cabo, muchos buscan progresar».*

Bienvenidos al mundo civil, en el que las prioridades se deciden cada día y donde las acciones de servicio más eficaces se llevan a cabo sobre la base del voluntariado y el deseo de mejorar los indicadores de seguridad.

«Es motivador saber que te esperan. La próxima semana, a petición de un director, nos vamos al sur para realizar una auditoría de seguridad completa, que incluye una formación sobre Solid (el software que gestiona la actividad de los conductores). Aprovecharemos la ocasión para realizar controles de alcoholemia y de drogas. Los directores lo solicitan, ya que les resulta más fácil contar con la intervención de un tercero».

Por lo general, los controles son bien aceptados. «Desde hace mucho tiempo, esto forma parte de la cultura de la empresa y todas las agencias están equipadas con alcoholímetros, lo que permite que cada uno asuma sus responsabilidades», añade Stéphane. La actividad del servicio se articula en torno a estas formaciones, que se organizan por turnos, así como al procesamiento individual de todas las infracciones, siniestros y accidentes que el grupo ha decidido centralizar en Guidel, lo que es ejemplo de la seriedad con la que se aborda este tema.

«La cercanía con los directivos es gratificante y motivadora»

Sébastien, que se unió al departamento a principios de enero como adjunto, también está descubriendo el mundo empresarial tras haber pasado 25 años en la policía (primero, en la unidad móvil y, luego, en la provincial) antes de terminar su carrera como oficial de la policía judicial. Se ha especializado en la gestión de fuentes humanas de inteligencia y, en general, en el ámbito de la seguridad.

Una valiosa experiencia que Stéphane desea aprovechar desarrollando esta temática en la empresa: «aproveché la oportunidad pensando que sería bueno implementar un módulo de seguridad oficial».

«La protección, que debe distinguirse de la seguridad¹⁾, es un ámbito bastante amplio. Se trata de la prevención técnica de los actos malintencionados de origen humano. «El objetivo es evitar los robos y los daños, pero también las estafas, tanto físicas como cibernéticas, y esto se extiende hasta la gestión del riesgo para la reputación en las redes sociales», explica Sébastien, cuyo ámbito de actuación incluía Guidel, lo que le permitió conocer la empresa mucho antes de plantearse una segunda carrera profesional en ella, a pesar de que aún no ha cumplido los 50 años.

Por el momento, el dúo se centra en las infracciones de carácter social, cuya reducción siempre ha sido una prioridad para el grupo. Principalmente, se trata de garantizar que se respete el tiempo de descanso de los conductores, lo que tiene importantes implicaciones económicas y humanas. «La idea es reducir los costes y limitar los riesgos», destaca Stéphane, quien se interesa de cerca por las cuestiones relacionadas con el sueño y la adicción, en un periodo de cambio generacional que exige una mayor vigilancia.

En términos más generales, y «sin ceder ante la paranoia», lo que Stéphane desea desarrollar es una mentalidad, una postura atenta, a semejanza de los valores del grupo, en que se trata de «sencillamente, cuidarnos unos a otros».

Una benevolencia que el propio Sébastien ha percibido por parte de la dirección: «nos reciben muy bien, están muy atentos a lo que sentimos y también nos dan tiempo para aprender a hacer bien nuestro trabajo».

Un sentimiento que comparte Stéphane: «La cercanía con los directivos y la importancia que dan a los asuntos de los que nos ocupamos es gratificante y motivadora».

Camioneros, profesionales de la carretera

Se considera que los conductores de camiones son responsables del 38 % de los accidentes mortales en los que se ven implicados, frente al 70 % en el caso de los motociclistas y al 68 % en el de los conductores de turismos o vehículos comerciales. Los vehículos pesados (VP) representan el 3 % de los accidentes corporales, aunque recorrieron el 6 % de los kilómetros totales en Francia en 2024. En cambio, los accidentes en los que se ve implicado un VP son más graves: resultan mortales en el 16 % de los casos, frente al 5 % de los accidentes sin VP. (fuente: Observatorio nacional interministerial de seguridad vial de Francia, 2024).



¹ La seguridad se refiere a los riesgos de accidentes o fallos. El objetivo de la protección es velar por las personas, los bienes y la información frente a amenazas intencionadas.



Cuando el sector pesquero reinventa sus envases

Desde hace más de 50 años, la mayoría los productos del mar se transportan en envases de poliestireno. Estas bandejas de espuma compacta blanca ofrecen numerosas ventajas, especialmente, en lo que respecta a la higiene y la seguridad alimentaria.

Ahora bien, el poliestireno es objeto de críticas y se perfila su prohibición en Europa. Sin embargo, para los actores del sector, no es fácil encontrar alternativas. Dado que el Grupo DELANCHY está presente en todas las etapas de la distribución de dichos productos, es testigo de la aparición, principalmente, de soluciones fabricadas con madera de álamo.

Garantizar la frescura del producto

Como empresa de transporte y logística del sector de los productos del mar, el Grupo DELANCHY, a diario, observa sus prácticas de este. Desde primeras horas de la mañana, los camiones frigoríficos se alinean a lo largo de las lonjas y los pescadores descargan sus productos. A pocos metros de allí, los compradores recorren los puestos, observan y examinan los productos antes de decidirse. Luego, los mayoristas de pescado recogen y preparan los lotes que han comprado. A continuación, los operarios de manipulación preparan los palés para abastecer las zonas de carga. Desde hace al menos cinco décadas, la transición entre la pesca y la comercialización se realiza, principalmente, mediante un recipiente que se ha vuelto conocido: la caja blanca de poliestireno expandido (PSE). Este material, que ha revolucionado el envasado y el transporte de los productos del mar frescos, presenta —cabe decirlo— numerosas ventajas. Es ligero, impermeable y económico; se adapta fácilmente al transporte en palés; puede contener hielo gracias a sus propiedades isotérmicas y garantiza las cualidades organolépticas del pescado (aspecto, sabor, olor y textura).

Una obligación sustituye a otra

Ahora bien, aunque el poliestireno ofrece una respuesta eficaz a los requisitos sanitarios y garantiza la cadena de frío, conlleva una contaminación importante. Al igual que todos los plásticos, procede de la industria petroquímica y tiene una elevada huella de carbono. Diseñado para durar, el poliestireno nunca desaparece del todo, ya que se fragmenta en micropartículas y se dispersa. Esto satura los espacios naturales, contamina los mares y los océanos y pone en peligro a las especies. El poliestireno, además de ser perjudicial para la flora y la fauna, también puede afectar a nuestra salud. La OMS ha clasificado su principal componente, el estireno, como probable carcinógeno.

Sin embargo, las advertencias sobre el plástico y sus derivados no son nada nuevo. Estudios realizados en la década de 1970 ya ponían de manifiesto la opinión relativamente desfavorable que tenía la opinión pública sobre los envases de plástico, entre ellos, el poliestireno. Aunque la concienciación se produjo tempranamente, el marco normativo evoluciona más lentamente. Las autoridades llevan mucho tiempo centrando sus esfuerzos en el uso de pesticidas. La legislación se dedicó inicialmente a garantizar la «seguridad alimentaria», antes de ampliarse a cuestiones medioambientales.

«Los actores del sector pesquero se están movilizando para repensar los materiales y los usos de los envases»

Aprobada en 2021 y a pesar del aplazamiento de su entrada en vigor, la Ley de Clima y Resiliencia estipula en su artículo 23 la prohibición de los envases de poliestireno extruido y expandido. El Decreto 3 R de la Ley francesa contra el desperdicio y por una economía circular (AGEC) persigue el objetivo de cero plásticos de un solo uso para 2030. Las empresas deberán cumplir con los porcentajes de envases reciclados, reciclables y reutilizables. Ante la urgencia medioambiental y para cumplir los requisitos normativos, los actores del sector pesquero se movilizan para repensar los materiales y los usos de los envases y reflexionar juntos sobre alternativas sostenibles y responsables. Los pescadores, los mayoristas y los vendedores de pescado, los supermercados y los transportistas se esfuerzan en encontrar soluciones respetuosas con los recursos y que sean compatibles con la seguridad de los consumidores.

«El envase responsable debe responder a un doble desafío: proteger eficazmente los productos y, al tiempo, limitar el impacto medioambiental de todo el sector »





Una vez fabricados los embalajes, se secan y se estabilizan en un secadero y, luego, se llevan a los almacenes logísticos de la empresa. Blanchet cuenta con un servicio logístico integrado, en consonancia con sus amplias instalaciones de almacenamiento. La impresión sobre madera se realiza a través de dos tecnologías complementarias: la serigrafía y la impresión digital. Un departamento de I+D y métodos se encarga de supervisar el desarrollo de embalajes a medida, desde el diseño hasta la producción en serie.

Repensar el envase: un reto para los profesionales

Aunque el Grupo DELANCHY no se dedica al envasado, se ha sumado al reto planteado a sus clientes de diversificar sus envases. ¿Cómo se garantiza la frescura, mantener la higiene, controlar los costes y seguir funcionando sin desorganizar toda la cadena? En la práctica, cada nueva alternativa (cajas de plástico reutilizables, cartón, madera o corcho) debe someterse a pruebas, ajustarse y someterla a diversas condiciones (frío, humedad, peso y ritmos de trabajo). *«Estamos atentos a los cambios normativos e impulsores para acompañar los cambios en las prácticas de nuestros clientes. «Los profesionales prueban progresivamente otros envases distintos del PSE, como las bandejas de plástico reutilizables»*, señala Isabelle Roussel, directora de calidad del Grupo. De hecho, el envase responsable debe responder a un doble desafío: proteger eficazmente los productos y, al tiempo, limitar el impacto medioambiental de todo el sector.

En este contexto de cuestionamiento de los envases tradicionales, las empresas de transporte y logística analizan las alternativas en función de su resistencia, su durabilidad y su compatibilidad con el transporte a temperatura dirigida. Al estar en contacto con productores y distribuidores, desde pequeños puertos hasta grandes plataformas logísticas, el Grupo DELANCHY conoce la gran diversidad del sector. A diario, sus equipos gestionan miles de paquetes, analizan los procedimientos y evalúan las repercusiones concretas de las decisiones tomadas en fases anteriores. El Grupo DELANCHY, como empresa de transporte y logística, se interesa por el rendimiento de las alternativas al poliestireno, entre ellas la madera, en dichos ámbitos, cuando son utilizadas por los actores del sector del envasado.

«Con su producción *Made in France*, Blanchet, que exporta a todo el mundo, contribuye a mantener el empleo local»

El álamo: una solución sostenible, ligera, flexible y resistente

La empresa familiar Blanchet, fundada en 1955 en Granville, colabora con el Grupo desde hace unos quince años. Es indisoluble del sector pesquero y se ha situado en el primer puesto del mercado del embalaje de madera, con más de 11 millones de unidades al año, de las cuales el 70 % son cajas para ostras. Blanchet, que antiguamente se había especializado en el trabajo con maderas exóticas, en 1965, se orientó hacia las maderas de frondosas y la fabricación de cajas de madera para pescado. En 1974, incorporó la técnica del desenrollado del álamo, gracias a la que creó unas cajas para vieiras provistas de un sistema de cierre. La empresa, que ahora está establecida en

Avranches, en el departamento de La Mancha, cuenta actualmente con 48 empleados y posee un saber hacer muy específico, cercano a la artesanía de precisión. El álamo, un árbol reciclable, renovable y cultivado específicamente para la industria, ofrece numerosas ventajas en el marco de la economía circular. Es un material ligero, flexible y resistente, compatible con el transporte, así como con las normas sanitarias y medioambientales. Su uso puede ser adecuado para productos del mar sin concha, siempre que el envase sea apto para el contacto con alimentos, como ocurre con algunas soluciones desarrolladas por Blanchet, entre ellas, la bandeja con tapa BBC PACK.

«Lo que ocurre en los estantes y en los hábitos de los consumidores acaba siempre reflejándose, en las fases previas, en los talleres, los muelles y los camiones»

Francia es el principal productor de madera de álamo de Europa. Los bosques que abastecen Blanchet se encuentran, principalmente, en Bretaña, Normandía y los Países del Loira. *«Nuestro material, la madera de álamo, es un recurso natural procedente de bosques gestionados de forma sostenible. Al ser reciclable y transmitir una imagen positiva, es una gran ventaja para realzar los productos de nuestros clientes»*, explica Florence Blanchet, quien está dirige esta pyme familiar desde 2002. Para ella, el envase es el primer contacto con el producto.

Desde hace más de 20 años, esta empresaria impulsa la innovación. En sus talleres, se controla el secado de la madera a fin de garantizar la higiene y la durabilidad. Las tintas utilizadas para la serigrafía son de base acuosa. Cada nuevo diseño tiene como objetivo reducir el uso del plástico sin comprometer la funcionalidad. Poco a poco, los sistemas de cierre de madera sustituyen a los flejes tradicionales. En el mercado, aparecen cajas herméticas, aptas para contener productos frescos o cocinados. Una de estas soluciones es el BBC PACK que ¡ha ganado dos veces el Óscar al mejor embalaje! *«Este reconocimiento es nuestra recompensa»*, afirma Florence Blanchet, consciente de que la causa que defiende requiere la implicación y la energía de todo un sector.

Este galardón demuestra, ante todo, que es posible conciliar las exigencias sanitarias, la eficiencia logística y la responsabilidad medioambiental, siempre y cuando se esté dispuesto a replantearse ciertas costumbres. Con su producción *Made in France*, Blanchet, que exporta a todo el mundo, contribuye a mantener el empleo local.

El impacto de los patrones de consumo: un reto común

Además de la presión normativa y los retos medioambientales, otra tendencia está marcando el sector de los productos del mar: la evolución de los patrones de consumo. Lo que ocurre en los estantes y en los hábitos de los consumidores acaba siempre reflejándose, en las fases previas, en los talleres, los muelles y los camiones.

Desde hace varios años, la demanda se está orientando hacia productos «en porciones» y listos para consumir. Sin embargo, a diferencia del pescado entero, el fileteado y envasado en bandejas tiene una vida útil más corta.

Estos cambios afectan a las características de los flujos logísticos. Los camiones transportan menos hielo, menos producto, pero más espacio vacío. Las empresas de transporte deben replantearse la optimización de las cargas. En este contexto, los embalajes de madera, especialmente cuando están recubiertos de una película y cumplen con los requisitos sanitarios, se perfilan como una solución adecuada en varios aspectos. Son sólidos, estables y capaces de realzar determinadas categorías de productos, además, permiten mantener una densidad de carga satisfactoria al tiempo que responden a las crecientes expectativas en materia de materiales de origen biológico y sostenibles. Asimismo, aportan un valor añadido desde el punto de vista del marketing, al darle sentido al producto y contar una historia coherente con las expectativas de los consumidores.

Para las empresas del sector del embalaje, como Blanchet, estos cambios suponen tanto un reto, como una oportunidad. Las decisiones de consumo influyen en las de embalaje que, a su

vez, redefinen las prácticas logísticas e industriales. En esta cadena de interdependencias, cada decisión cuenta. El embalaje se convierte en un punto de confluencia entre las expectativas de la sociedad, los requisitos normativos, los resultados económico y la responsabilidad medioambiental.

«Nuestro material, la madera de álamo, es un recurso natural procedente de bosques gestionados de forma sostenible. «Al ser reciclable y transmitir una imagen positiva, es una gran ventaja para realzar los productos de nuestros clientes».

La acción conjunta de DELANCHY y sus socios se enmarca en este contexto de complejidad. Al acompañar a los actores del sector en la evolución de los usos, al tiempo que mantiene un alto nivel de exigencia operativa, el grupo contribuye a que surjan soluciones pragmáticas, adaptadas a un sector en plena transformación. Esta transición no se limita a los textos legales ni a los laboratorios de I+D, sino que depende de la capacidad colectiva para hacer progresar las prácticas diarias respetando el equilibrio del sector de los productos del mar.



Florence Blanchet dirige, desde 2002, la empresa familiar que fundó su abuelo. Blanchet se especializa en la fabricación de cajas de madera de álamo para productos del mar.



Pescadores colocan sin ver las cuerdas que se utilizan para el preengorde de las larvas, antes de colocarlas en las estacas.



El mar como terruño

La técnica de cría en «bouchot» es una particularidad francesa que cumple con unas especificaciones precisas y exigentes. Este método de cultivo tradicional expone los mejillones, que crecen en estacas de madera, tanto al aire libre como en un agua de mar rica en fitoplancton. Un ferviente defensor del sector nos cuenta su experiencia.

El mejillón de bouchot, una excepción cultural francesa

Stéphane Hesry se inició, por primera vez, en el cultivo de mejillones a los 13 años. Es verano y tiene un contrato temporal en la empresa de su abuelo para ganar un poco de dinero. La recolección de mejillones es una actividad al aire libre que tiene lugar de mayo a septiembre y que es adecuada para él: desde entonces, firmó para trabajar de forma temporal hasta que terminó el instituto. Sin hacer castillos en el aire. Su abuelo, por su parte, seguramente lo habrá observado detenidamente de reojo, ya que le propuso que fuera su sucesor cuando se jubilara. Stéphane Hesry tenía 18 años, acababa de terminar el bachillerato y aún no tenía planes profesionales claros, así que aceptó. La empresa, fundada en 1957, pasó oficialmente a manos de Stéphane Hesry el 1 de julio de 1996, tras dos años como empleado. Mientras tanto, el joven ha obtenido su libreta marítima (se requiere el estatus de marino o pescador para desempeñar

estas funciones) y se formó en contabilidad y en biología de peces y crustáceos. Asimismo, está oficialmente autorizado a poseer concesiones marítimas; bajo este régimen único se pueden ejercer la pesca y el cultivo de moluscos en el medio natural en el país. El mejillón de bouchot es una excepción cultural francesa. De las tres técnicas de cosecha que se practican en todo el mundo (a saber, el dragado del fondo marino, el cultivo en cuerdas o en redes y el cultivo en estacas de madera, denominado «bouchot»), esta es la única que se desarrolla, a la vez, en contacto con aire y con agua, al ritmo de las mareas, lo que confiere a su carne una textura especialmente tierna. Los demás mejillones, que permanecen completamente sumergidos durante todo su ciclo de crecimiento, suelen ser más grandes y tener un sabor más yodado, pero también son menos carnosas y menos cremosas. Tienen más arena y la cáscara es más quebradiza.

Emprender en cultivo del mejillón

Cuando asumió la dirección de la empresa, dedicada completamente al cultivo del mejillón de bouchot, Stéphane Hesry contó con el apoyo de un colaborador experimentado, Jean-Pierre Monnier, quien se incorporó en 1985 y dominaba todos los aspectos técnicos de la producción.

Desde la fijación de las larvas hasta la comercialización, este proceso exige un gran rigurosidad. Las larvas, obtenidas mediante su captura en cuerdas desplegadas en el mar compradas por kilómetro, posteriormente se cultivan en las estacas, donde alcanzan la madurez siguiendo un proceso totalmente natural, sin ningún aporte de alimento ni insumos, en aguas de calidad y ricas en fitoplancton.

«Seguir la evolución de un producto vivo hasta su venta es realmente muy interesante. Hay que realizar cada etapa correctamente»

A continuación, se pescan, se almacenan, se venden y se envasan para su transporte a diferentes zonas de consumo en toda Francia. Desde que se puso su primera camisa de pescador y en sus tiernos años, Stéphane Hesry se ha apasionado por este oficio: *«Seguir la evolución de un producto vivo hasta su venta es realmente muy interesante. «Hay que realizar cada etapa correctamente»*, indica. Además, descubrió que tenía alma de emprendedor.

Defender adecuadamente sus mariscos, encontrar mercados que valoren su calidad, mejorar las condiciones de trabajo o hacer crecer la empresa son algunos de los retos a los que se ha enfrentado con determinación.

Convertirse en el primer productor nacional

En 1996, la pequeña empresa, con sede en Le Vivier-sur-Mer, cerca del Monte Saint-Michel, contaba con tres empleados. El abuelo de Stéphane Hesry fue uno de los pioneros en el cultivo del mejillón en bouchot en la región. Aunque ya se cultivaba desde hacía mucho tiempo en Charente, donde surgió esta técnica, no fue hasta 1954 que se implantó en la bahía, gracias a la adopción, como soporte de fijación, del tronco de madera vertical en lugar de la piedra o la tabla, que fueron intentos que no tuvieron éxito.

Con una producción anual de 2000 toneladas de mejillones de bouchot, frente a las 90 de 1996, la empresa de Stéphane Hesry alcanzó el primer puesto a nivel nacional, ya que la bahía del Mont-Saint-Michel, con sus 10 000 toneladas anuales, superó con creces a la cuna de este cultivo costero que actualmente se extiende desde el cabo Gris-Nez, en Pas-de-Calais, hasta la isla de Oléron. La estrategia de crecimiento que ha impulsado

Stéphane Hesry se ha basado en las adquisiciones. Su empresa cuenta, además de la sede de Vivier-sur-Mer, rebautizada Maison Morisseau, con otras dos sedes: una en La Plaine-sur-Mer, «L'équipage par Maison Morisseau», y otra en Agon-Coutainville, «L'Ambre Marine».

Con su presencia en las regiones de Normandía y de Países del Loira, reivindica el concepto de terruño (incluso acuñando el neologismo «meroir», «marruño» en español), forjado por la naturaleza de las aguas dulces que llegan desde la zona intermareal y se mezclan con las del mar abierto.

Defender el sector y garantizar la calidad

La empresa de cultivo de mejillones, si bien se dedica a un producto único, cuenta con 60 empleados. De las 80 empresas que había en Le Vivier-sur-Mer en 1996, solo quedan 40, de ellas, la más pequeña aporta 200 toneladas al año. En vista de estas cifras, en retrospectiva, alcanzar un tamaño crítico resultó ser provechoso.

Stéphane Hesry, que se ha convertido en una figura destacada y está muy comprometido con el proceso completamente natural de obtención de este marisco, es también un defensor del sector. Lucha contra los proyectos impulsados por organismos profesionales que apuestan por los criaderos, esos centros de reproducción artificial, eclosión y cría de peces y crustáceos que luego completan su maduración en granjas piscícolas.

«Los criaderos de mejillones se han unido en contra de este tipo de cambio, que ya se nos ha pedido que adoptemos en varias ocasiones. Deseamos seguir trabajando de forma tradicional, aunque ello conlleve muchos riesgos», afirma. La calidad gustativa es otro de sus temas favoritos.

«Deseamos seguir trabajando de forma tradicional, aunque ello conlleve muchos riesgos»

Stéphane Hesry ha buscado diferenciar su producto orientándose al sector alimentario, que absorbe el 30 % del volumen nacional (frente al 70 % para las grandes superficies), como las pescaderías más prestigiosas de Francia, pero también los mercados y algunos mayoristas. Ahora, su mejillón de bouchot se conoce con el nombre de Morisseau y es una marca registrada.

Desde 2023, también lo vende directamente al público y ha abierto el Atelier Morisseau, en Dinard, que alberga un restaurante y un puesto de mariscos. *«Quería acercarme al consumidor final para conocer su opinión sobre mis productos o los embalajes. Esto me permite hacer pruebas y crear recetas de cocina»*, se alegra. Por el momento, las pruebas son concluyentes: el establecimiento siempre está lleno.

Un pescador coloca una cuerda con larvas de mejillones en una estaca. Tardarán un año en convertirse en mejillones de bouchot aptos para el consumo.



Los tractores transportan las yolas, unas embarcaciones que sirven para llevar el material y las larvas a las zonas de producción, pero también para la cosecha de mejillones, que se recogen durante la marea creciente.



Del concepto de servicio a la iniciativa RSE: un compromiso coherente

Stéphane Hesry aplica igualmente su exigencia de calidad a su enfoque del servicio: abastece entre 200 y 250 puntos de venta frecuentados por los paladares más exigentes. «Nuestros productos se venden en los mejores puestos y consideramos que la calidad del servicio es tan importante como la del producto. A diario, recibimos llamadas de pescaderos a los que nos esforzamos por atender lo mejor posible», afirma el empresario. Esta empresa ha recurrido al Grupo DELANCHY «desde siempre», es decir, tres décadas. «Nuestro transportista debe conocer bien nuestra actividad y nuestro producto», afirma.

Elogia la capacidad de DELANCHY para entender sus limitaciones y cuidar de la mercancía, que es frágil. «Conocemos muy bien a sus conductores, con quienes hemos forjado un vínculo a lo largo de los años. ¡Ponemos a disposición nuestra sala de descanso para quienes vienen a la hora del almuerzo!», indica. El criador de mejillones también tiene en cuenta el compromiso RSE del Grupo DELANCHY como un criterio, un valor que, además, le parece que la dirección del grupo encarna a la perfección. Él mismo ha adoptado plenamente esas expectativas sociales. «El sector es muy respetuoso con el medio ambiente, del que depende enormemente», subraya.

No obstante, las nuevas generaciones están poniendo en práctica ideas innovadoras. Lo mismo ocurre con Stéphane Hesry. Los mejillones pequeños, cuyo tamaño no alcanza el calibre que exigen las redes de distribución (que antes se desechaban), actualmente, se integran en circuitos de economía circular y se reutilizan en las industrias agroalimentaria y del alimento para mascotas. Con el propósito de destacar la sinceridad de su compromiso, a finales de 2025, la entidad de certificación Positive

Company otorgó a la Maison Morisseau su segunda estrella.

«Nuestro transportista debe conocer bien nuestro sector y nuestro producto»

Hacer frente al cambio climático

Si bien el oficio en sí debe mantenerse fiel a la tradición de la cría en mar abierto para no alterar el producto (una de las luchas que libra Stéphane Hesry), las condiciones en las que se ejerce han experimentado cambios. Stéphane Hesry ha innovado invirtiendo, principalmente, en equipos para que las tareas resulten menos pesadas y más atractivas, en un contexto en el que la contratación de recién graduados de las escuelas de formación marítima sigue siendo difícil.

Además, debido al calentamiento global, los criadores de mejillones se enfrentan a un aumento de las poblaciones de depredadores, que abarcan siete especies, de ellas, las principales son las arañas de mar. En los últimos cinco años, los volúmenes han registrado una caída de alrededor del 20%. «Esta tendencia debe alentarnos a ser prudentes. Ya no basta con tener un perfil puramente de productor. «Hay que ser capaz de comprender el riesgo en su globalidad y, para ello, también hay que ser un empresario, en el sentido de estar dispuesto a emprender», opina Stéphane Hesry. No obstante, sigue convencido del interés y el futuro de esta actividad, que se basa en un entusiasmo, nunca desmentido, por este sabroso manjar «barato y muy apreciado por todas las clases sociales».



Instalación de cuerdas durante la marea baja.



Stéphane Hesry, director de Maison Morisseau.

Frijo Transports 91 obtiene su certificación BioGNC

En 2025, la agencia consumió 85 302,72 kg de BioGNC en la red de estaciones de Endesa, producido a partir de nuestras plantas de biogás francesas. Cabe recordar que la obtención del certificado se rige por un pliego de condiciones muy estricto. El BioGNC corresponde a los volúmenes cubiertos por garantías de origen (GO) relativas al biometano, subvencionado o no, inyectado en la red de gas y suministrado a las estaciones de GNC conectadas a la red. Los certificados ofrecen la oportunidad de comunicar los compromisos concretos de la agencia a los clientes y a todas las partes interesadas.



El Grupo DELANCHY, patrocinador de la 1.ª edición de la Course des Caps

La Course des Caps — Boulogne-sur-Mer — Banque Populaire du Nord 2025 fue la primera edición de una regata de cruceros de unas 1780 millas, con tripulación, reservada a los veleros de la clase Imoca. Consistía en un recorrido por las islas británicas. Once embarcaciones estuvieron en la salida. Esta se dio el 29 de junio de 2025 a las 14 h en Boulogne-sur-Mer. La llegada tuvo lugar en el mismo puerto. El 5 de julio, la regata fue ganada por el Macif Santé Prévoyance, capitaneado por Sam Goodchild, en 6 días, 1 hora, 10 minutos y 45 segundos. ¡Enhorabuena a todos los participantes! Y nuestra más sinceras felicitaciones a todo el equipo organizador por este evento. Estamos orgullosos de haber brindado nuestro apoyo, junto con nuestras agencias locales BMR by DELANCHY y COPROMER, en calidad de socio logístico.



¡Jóvenes, también os queremos!

Los franceses coinciden en que el transporte por carretera es indispensable en la cadena de suministro de sus productos. El 88 % de ellos considera que los camiones son un elemento esencial para el buen funcionamiento de la economía. Esto es lo que revela un análisis de OpinionWay realizado para Solutrans, que ofrece un balance exhaustivo de la percepción que tienen los franceses del transporte por carretera. Los camiones gozan de un especial aprecio entre los jóvenes: El 76 % de los jóvenes de entre 18 y 24 años tiene una imagen positiva del sector.



Ocean Perfect transporta pescado y marisco vivo

El Grupo DELANCHY y su socio KOTRA Logistics apoyan el desarrollo en Europa de Ocean Perfect, una empresa canadiense. Ofrece contenedores llenos de agua de mar especialmente diseñados para el transporte y el almacenamiento de productos vivos del mar. De esta manera, los animales vivos realizan el viaje en un entorno natural, desde su captura hasta su destino final. Esta avanzada tecnología de contenedores, desarrollada para los largos trayectos por tierra o mar, ofrece una menor huella de carbono y constituye una alternativa más respetuosa con el medio ambiente que la carga aérea.



La 1.ª «autopista eléctrica» fue probada en un tramo de la A10

En la primavera de 2025, se probó un proyecto piloto de carretera de inducción, impulsado por Vinci Autoroutes, en condiciones reales de tráfico en la autopista A10, entre París y Orleans.

Un tramo electrificado de 1,5 km para permitir a los vehículos eléctricos recargarse mientras circulan, una innovación llamada «Charge as you drive». Cuatro prototipos de vehículos (un camión, una furgoneta, un turismo y un autobús) se someterán a pruebas de recarga en directo. Para que la carretera transmita electricidad a un vehículo, se necesita un campo electromagnético. Desde de enero de ese año, se colocaron bobinas de cobre emisoras a 10 cm de profundidad bajo la calzada. Debajo de los vehículos se instalaron bobinas receptoras que transforman el campo electromagnético captado en electricidad. El sistema se alimenta a través de una subestación eléctrica situada cerca del tramo de autopista.



El Grupo DELANCHY, comprometido con los mayores

Desde siempre, el grupo se ha interesado en el tema del empleo de las personas mayores. De hecho, es una de las pocas empresas (¿la única?) en publicar un indicador relativo a la tasa de formación de las personas mayores (véase el cuaderno de indicadores). Por ello, France Travail (agencia francesa de empleo) invitó a Frigo Transports 31 a integrar una mesa redonda sobre la contratación de personas mayores.







Esprit
de groupe

transport
DELANCHY



Download and read our CSR reports:

