

HYGIÈNE INDUSTRIELLE ET AGRICOLE

Avec Gullivert, CTH cultive sa RSE

DRÔME - Romans

Fruit d'une démarche initiée il y a deux ans, le groupe CTH lancera officiellement, le 3 décembre prochain, la commercialisation, sous la marque *Gullivert*, d'une nouvelle génération de produits d'hygiène et de nutrition animale conçus pour limiter leur empreinte environnementale. L'entreprise qui fêtera ses 40 ans en 2022 souhaite ainsi répondre aux attentes du marché tout en confortant sa responsabilité sociétale et environnementale.

Tout comme le héros de l'écrivain britannique Jonathan Swift qui entreprit en 1721 le 1^{er} des quatre voyages extraordinaires qui l'amènèrent à s'aventurer dans des contrées oniriques peuplées d'êtres imaginaires loin de ses bases, le groupe CTH se lance, lui-aussi, dans de nouvelles aventures, mais bien réelles, elles.

Et Gullivert se mit en marche

Le 3 décembre prochain, le groupe romain - spécialisé depuis 1982 et sa création par Jacques Ritton dans la production et la commercialisation de produits d'hygiène et d'alimentation à destination des milieux agricoles (plus particulièrement pour les secteurs de l'élevage) - lancera en effet officiellement sa nouvelle gamme baptisée... Gullivert. Une gamme à la forte connotation environnementale, comme son nom le laisse supposer, qui doit lui permettre d'accompagner la demande de ses clients pour des produits performants tant sur un plan technique qu'écologique mais pas que, comme l'explique Mélanie Ritton, directrice générale du groupe : « la protection de l'environnement, de la santé des utilisateurs et des consommateurs est devenue une préoccupation pour beaucoup. Les entreprises comme les nôtres ont besoin de prouver qu'elles sont, elles-aussi, conscientes de l'enjeu et en mesure de proposer des solutions d'hygiène respectueuses de la planète. Le lancement de cette gamme à laquelle nous réfléchissons depuis plus de deux ans en est l'illustration. Elle atteste de notre volonté et de notre capacité à nous remettre en question, à œuvrer pour le bien de tous tout en faisant appel à ce qui fait la force

du groupe : une fabrication française et une présence de proximité élargie à tout le territoire national via le déploiement d'un réseau industriel, logistique et commercial particulièrement dense qui fait du groupe CTH un véritable acteur des circuits courts, qui plus est totalement intégré selon une volonté de se positionner en tant qu'interlocuteur unique ».

Une offre différenciante conçue et produite en interne

Pour mettre en œuvre cette nouvelle gamme composée d'une trentaine de références (seize produits d'hygiène et douze de nutrition), le groupe CTH (44 millions d'euros de chiffre d'affaires dont 5% à l'export, 30.000 clients, 265 collaborateurs) a fait appel à ses compétences propres, plus particulièrement à sa filiale Solutio, créée, elle, en 2006.

Egalement basée à Romans, cette business-unit est chargée de la R & D (elle dispose d'un laboratoire agréé où sont élaborées et testées les formules) mais aussi de la production et du conditionnement des solutions d'hygiène commercialisées par le groupe directement auprès des utilisateurs finaux que sont les agriculteurs. Situé dans la zone d'activités des Chasses, le site a d'ailleurs été l'objet de plusieurs investissements en 2020 pour faire face, d'une part, à la croissance de son activité (en lien notamment avec l'épidémie de Covid) et d'autre part, pour accompagner le lancement de cette nouvelle gamme. L'implantation de nouvelles cuves dédiées aux mélanges a ainsi permis d'augmenter les capacités de production du site, la mise en service d'une nouvelle chaîne de conditionnement permettant, elle, de proposer de nouveaux vo-



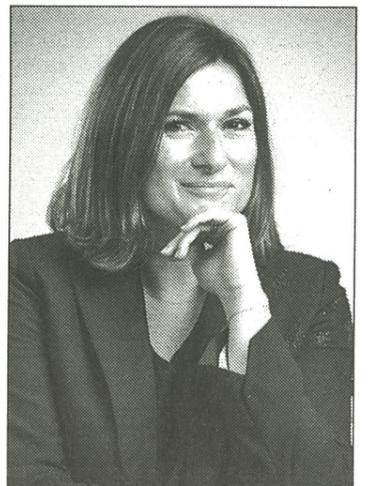
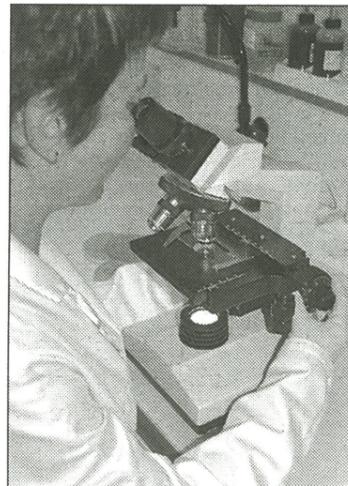
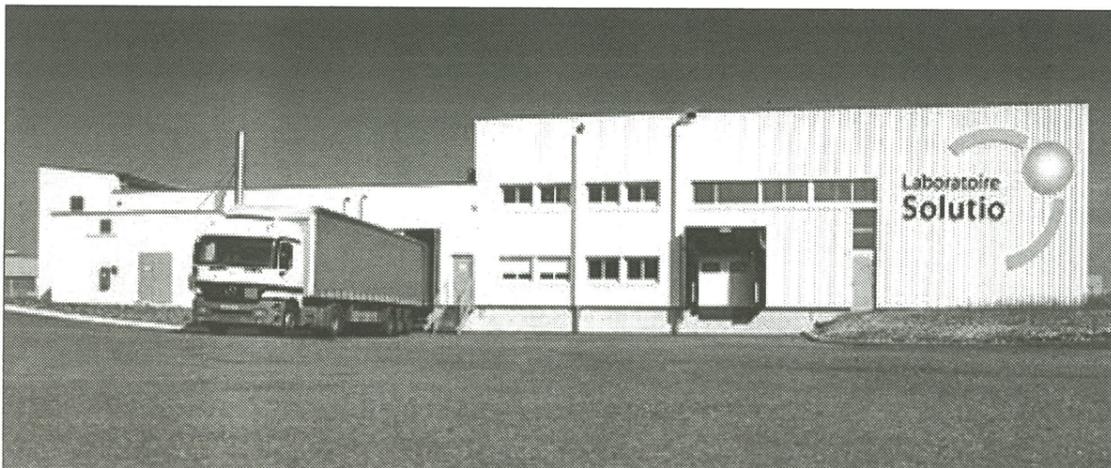
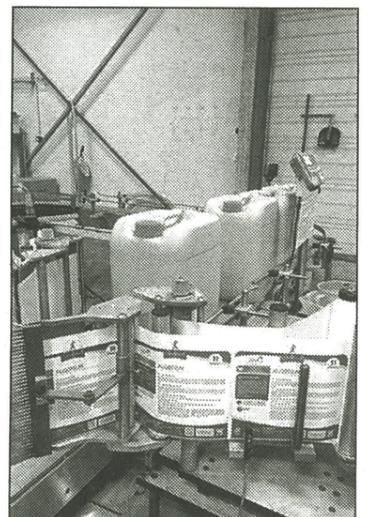
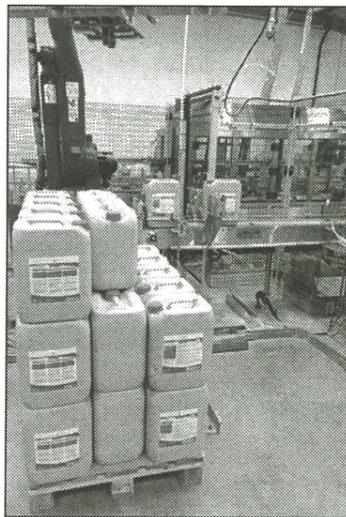
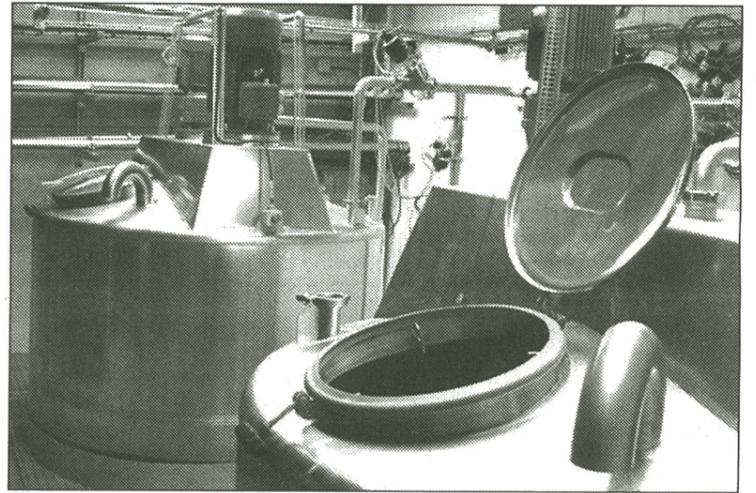
En l'espace de 40 ans, CTH est devenu un acteur référent dans le domaine de l'hygiène et des compléments alimentaires utilisés dans les secteurs de l'élevage.

lumes mais aussi d'utiliser des contenants constitués pour partie de matières plastiques recyclées, l'entreprise romaine ayant fait le choix d'adhérer à la filière de recyclage Adivalor.

Un nouveau relais de croissance

Le développement de cette nouvelle gamme de nutrition - certifiée Ecocert - et d'hygiène - contrôlée par Ecocert Intrants - s'inscrit dans un projet plus global pour le groupe en ce sens qu'elle constitue un véritable relais de croissance tout comme constitue également un relais de croissance le développement de l'export. Présent via des filiales au Maroc, en Espagne et en Suisse, CTH, qui commercialise également ses solutions au Moyen-Orient et dans certains pays de l'Est, ne réalise en effet que 5% de son CA à l'export. Un chiffre que Mélanie Ritton aimerait au minimum quadrupler à l'avenir. « Gullivert a été pensée pour nous permettre d'élargir notre typologie de clientèles à d'autres secteurs d'activités comme notamment l'industrie agroalimentaire, des secteurs où les normes à respecter sont très exigeantes et où l'utilisation de produits respectueux de l'environnement et des hommes devient de plus en plus prise ». Précisons que CTH reversera à la fondation 1% For the planet 1% du CA généré par cette gamme.

Frédéric Rolland



Développé à partir de 2006, le laboratoire Solutio permet au groupe CTH, que dirige Mélanie Ritton, d'être totalement indépendant.