

2016 UNE ANNÉE CHARNIÈRE POUR ALIAPUR

A la fois chargée, complexe et riche, l'année 2016 a été une année charnière pour Aliapur, filière de référence dans la valorisation des pneus usagés, en préfigurant les enjeux et les chantiers stratégiques à mener pour les années à venir.

Chargée, l'année 2016 l'a été, tout d'abord, **sur le plan opérationnel avec la remise à plat de l'ensemble des appels d'offres** et la sélection des 27 entreprises de collecte et des 12 opérateurs de sites de transformation qui accompagneront Aliapur jusqu'en 2020 sur le territoire français. La volonté a été de leur proposer des contrats d'une durée plus longue que par le passé, offrant ainsi à ces entreprises contractantes une plus grande sécurité et une meilleure visibilité pour les trois ans à venir.

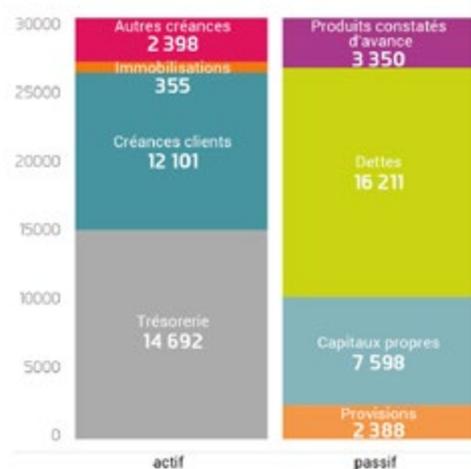
2016 a également été une année majeure sur le plan réglementaire avec un travail de fond mené avec le Ministère de l'Environnement, de l'Énergie et de la Mer aboutissant à **la sortie du statut déchet pour le pneu réutilisable** ; cette décision devrait être officialisée dans les semaines qui viennent, avec pour conséquence des exportations facilitées pour les collecteurs et donc des perspectives de développement à venir.

Cette année 2016 a également été complexe avec **une situation délicate subie au Maroc** qui, dans un contexte intérieur tendu, a interdit l'entrée de tout type de déchets sur son territoire, privant ainsi Aliapur d'un débouché pour plus de 70 000 tonnes de broyats de pneus en direction de l'industrie cimentière.

A situation exceptionnelle, mobilisation exceptionnelle des équipes Aliapur et résultats rapides et tangibles dès la fin 2016... **un événement déclencheur** qui a permis d'accélérer **la politique de diversification en matière de valorisation des pneus usagés et de débouchés à l'international**.

Riche enfin, l'année 2016 l'a été sur le plan de l'activité et **une nouvelle année record en matière de collecte avec près de 335 000 tonnes collectées**, soit l'équivalent de plus de 44 millions de pneus tourisme, alors que dans le même temps, l'éco-contribution restait au niveau de 2015. Riche également pour l'activité R&D avec des avancées significatives dans la valorisation de la matière dans des secteurs industriels aussi divers que le bâtiment ou les travaux publics. Autant de pistes de réflexion pour l'avenir qu'Aliapur soutient depuis de nombreuses années et qui ont été boostées dès la fin 2016 avec la mise en place d'une stratégie d'open innovation ambitieuse en direction des industriels et des startups qui pourraient développer des projets innovants utilisant la gomme de pneus comme matière première et source d'innovation. Un projet et des orientations qui guideront la feuille de route d'Aliapur pour les années à venir.

Bilan 2016



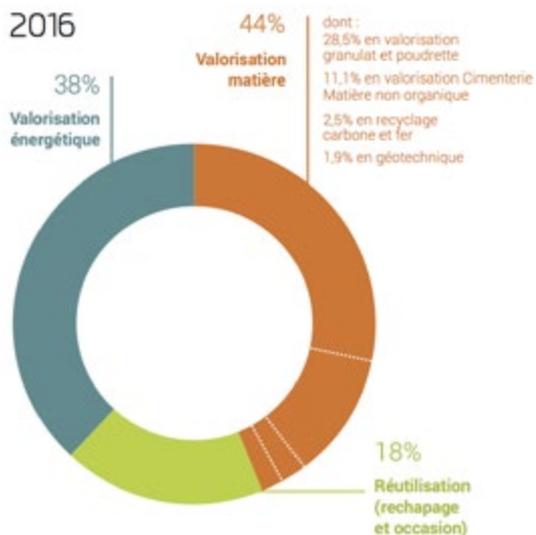
Résultats financiers (en k€)

	2015	2016
Chiffre d'affaires	53 191	54 636
Exploitation sous-traitance	45 601	47 758
Marge d'exploitation	7 590	6 878
Excédent brut d'exploitation	1 104	805
Résultat net	527	304

2016 EN CHIFFRES CLÉS

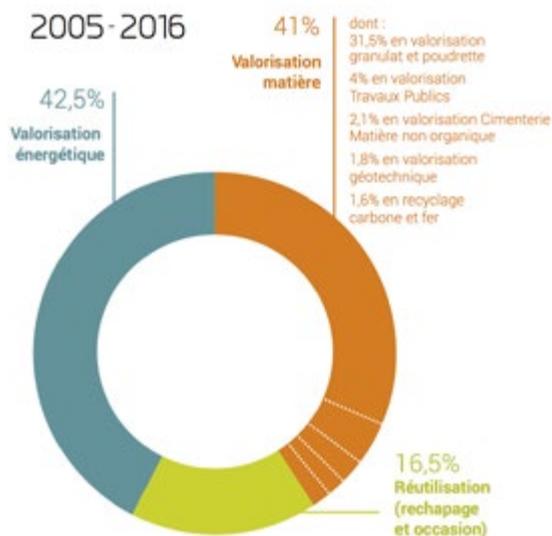
Répartition des voies de valorisation

2016

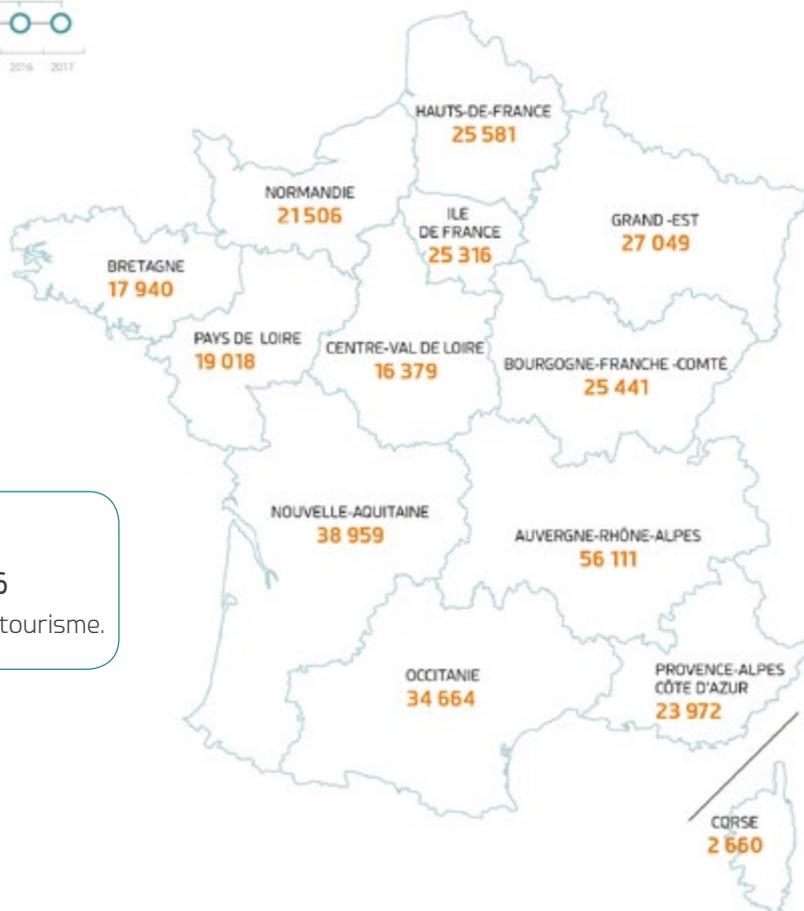


Répartition des voies de valorisation

2005-2016



Eco-contribution HT des pneus de catégorie A (pneus tourisme)



334 597 tonnes

de pneus usagés collectés en 2016

soit l'équivalent de 44,2 millions de pneus tourisme.

DES ENJEUX STRATÉGIQUES POUR LES ANNÉES À VENIR



Point de vue d'Hervé Domas,
directeur général Aliapur

"Au delà des chiffres et des faits marquants ; 2016 a été une année charnière préfigurant des grands enjeux stratégiques pour les années à venir."

• **En jetant un regard en arrière, quels enseignements retirez-vous de cette année 2016 ?**

Au delà des chiffres record de collecte, sur lesquels je ne reviendrai pas, l'année 2016 a été une année très chargée sur le plan opérationnel avec la remise en jeu de l'ensemble de nos appels d'offres et notre volonté d'offrir à nos collecteurs et nos transformateurs une visibilité à plus long-terme. 2016 a également été marquée par l'aboutissement d'une longue réflexion menée avec le Ministère de l'Environnement, de l'Energie et de la Mer sur la sortie du statut déchet pour le pneu réutilisable. Mission accomplie. Maintenant, notre prochain objectif est que nous devons convaincre pour sortir également de ce statut les granulats, qui sont aujourd'hui reconnus pour leurs performances produits mais pourtant toujours considérés comme déchets. Ce combat c'est le nôtre mais celui de toute une filière, car il permettra de développer les voies de valorisation et les exportations de nombreuses entreprises du secteur.

2016 a également été marquée par un événement international qui nous a impacté dès juin 2016. Le Gouvernement marocain a en effet soudainement décidé de fermer ses frontières à toute importation de déchets. Conséquence immédiate pour nous : la nécessité de devoir trouver de nouvelles destinations à nos broyats de pneumatiques qui alimentaient jusqu'alors régulièrement les cimenteries du pays. Cette situation a été un véritable déclencheur et je crois pouvoir dire aujourd'hui que, de cette situation de crise, nous en avons fait une véritable opportunité pour nous interroger de manière globale sur une trop forte dépendance à une forme de valorisation énergétique ou à un petit nombre de pays.

• **Vous parlez d'événement déclencheur vous incitant à repenser votre stratégie de diversification, pouvez-vous nous en dire plus ?**

Notre structure courte a montré son agilité et sa réactivité, je voudrais d'ailleurs ici remercier l'ensemble des équipes qui se sont mobilisées tout au long de l'année pour répondre à ces enjeux. Très vite des ouvertures ont été trouvées sur de nouveaux marchés internationaux encore inexploités comme, dès le dernier trimestre 2016, l'Espagne, le Portugal, la Turquie ou le Pakistan dans le domaine de la valorisation cimentière ainsi que le Japon ou l'Inde pour d'autres types de valorisation. Nous avons également enclenché une nouvelle dynamique pour faire émerger de nouveaux débouchés en valorisation énergétique... autant de pistes qui, j'en suis convaincu, vont nous aider à développer de nouvelles approches et préparer l'avenir. Maintenant que le fonctionnement opérationnel d'Aliapur est assuré, tous nos efforts doivent se porter sur ces questions de valorisation et sur ces nouveaux enjeux stratégiques.

• **Vous parlez de 2016 et 2017 comme des années charnières, pour quelles raisons ?**

A l'évidence, cette année 2016 nous a engagé dans une nouvelle étape de stratégie de diversification. Nous avons, par exemple, décidé d'entreprendre un plan d'actions dans le domaine de la valorisation énergétique, notamment en direction des chaufferies urbaines et industrielles. Une stratégie sera mise en place dès le 2^{ème} semestre 2017 avec une road map et une cartographie d'acteurs. Notre objectif est d'oeuvrer à une meilleure connaissance des décideurs économiques, institutionnels et politiques des solutions existantes en France et dans le monde. Il est de notre rôle de démontrer que le déchet est une véritable source d'énergie alternative. Ce que nous faisons en envoyant des broyats en Suède, depuis le milieu des années 2000, permettant ainsi d'alimenter une chaufferie urbaine d'une ville de plus de 80 000 habitants, doit être aujourd'hui transposable en France et dans de nombreux autres pays. Notre rôle est donc de faire oeuvre de pédagogie et de sensibiliser aux solutions existantes via la valorisation énergétique du pneumatique. Les enjeux sont immenses, les solutions existent déjà, pour certaines !

• **Vous parlez de valorisation énergétique, quelles actions menez-vous dans le domaine de la valorisation matière ?**

Dans ce domaine également je parlerai d'année charnière. En effet, nous pouvons dire qu'aujourd'hui après plus de 10 ans de recherche et de développement, nous avons une connaissance optimale du matériau pneumatique. Ce produit stable, nous en connaissons les propriétés, les qualités, les potentialités. Il est de notre mission de les faire connaître et de les diffuser auprès de ceux qui pourraient en avoir l'utilité.

Certaines valorisations, comme les revêtements des sols sportifs par exemple, sont aujourd'hui connues, mais des voies nouvelles d'exploitation existent, nous en sommes persuadés, que ce soit dans les secteurs industriels ou dans le bâtiment. Les industriels et les innovateurs doivent aujourd'hui être des publics privilégiés dans notre stratégie d'information et de communication.

Concrètement quel peut être le rôle d'Aliapur dans cette dynamique d'innovation qui va bien au-delà de la filière ?

Notre rôle, nous le voyons aujourd'hui comme un catalyseur d'énergies, de projets, d'idées pour faire émerger dans les prochaines années des projets innovants comme a pu l'être récemment le projet Aglostic®, une solution anti-moustique imaginée à partir de pneus recyclés.

L'une des premières conditions pour réussir ce défi est d'être à l'écoute des besoins et des questionnements des industriels. Nous avons conscience de la méconnaissance que peuvent avoir tous ces acteurs de l'innovation - de la jeune startup au grand groupe industriel - de notre matériau qui, plus qu'un produit est une véritable matière première.

Nous avons donc décidé, fin 2016, de mettre en place une véritable stratégie d' Open Innovation avec pour objectif prioritaire la mise à disposition, dès le 2^{ème} semestre 2017, de données clés de cette matière à l'ensemble de cet écosystème de l'innovation et notamment aux fab labs.

Nous avons également décidé de créer des starterkits mettant de la matière à disposition et d'être plus fortement présent dans les salons et forums liés à l'innovation. Cette nouvelle dynamique traduit finalement bien la jeune histoire d'Aliapur qui est passée d'une culture R&D technique à une culture R&D marketing.

Cette double culture doit aujourd'hui enrichir notre stratégie et nos actions. Pour cela, il est de notre rôle de la faire connaître, de nous affirmer en tant qu'expert en partageant nos connaissances et permettre ainsi, de faire émerger de nouveaux projets qui créeront de la richesse et de l'emploi notamment sur notre territoire. C'est un projet collectif qui est enthousiasmant pour l'ensemble de nos collaborateurs pour répondre aux enjeux économiques et environnementaux de demain.



À propos d'Aliapur

Aliapur, filière de référence dans la valorisation des pneus usagés est une société anonyme dont les actionnaires fondateurs sont Bridgestone, Continental, Dunlop, Goodyear, Kléber, Michelin et Pirelli. La filière a été créée pour la mise en oeuvre du Décret 2002-1563 du 24 décembre 2002 relatif à l'élimination des pneumatiques usagés. Aliapur garantit l'avenir du pneu usagé de sa collecte à sa valorisation grâce à un réseau de prestataires –collecteurs et sites de transformations– qui assurent le maillage exhaustif des départements de France métropolitaine. Ces prestataires prennent chaque année en charge l'équivalent de 40 millions de pneus de voiture, c'est-à-dire les trois quarts du total des pneus usagés laissés par les consommateurs dans les garages et les centres auto.