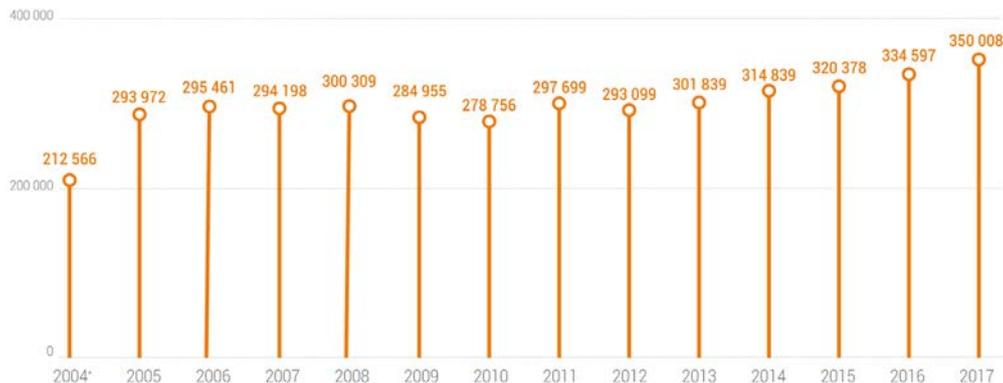


Placée sous le signe de l'innovation et de la diversification, l'année 2017 a été de nouveau marquée pour Aliapur par des chiffres record de collecte avec 350 000 tonnes collectées soit l'équivalent de plus de 45 millions de pneus tourisme et 100% des objectifs de collecte atteints. Un niveau de performance rarement atteint dans le secteur des éco-organismes en France.

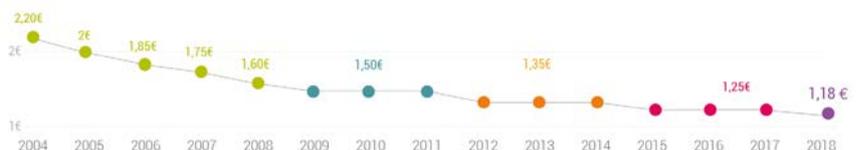
EVOLUTION DE LA COLLECTE (EN TONNES)



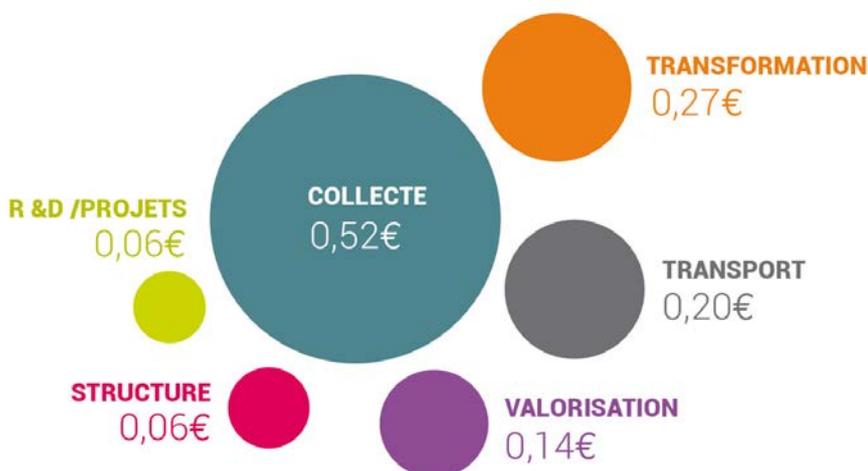
*L'activité opérationnelle de collecte des pneus usagés de la filière Aliapur a commencé le 1^{er} mars 2004. Aliapur a donc collecté 10 mois cette année-là.

Sur un aspect financier, le chiffre d'affaires 2017 s'élève à 55 M€ et ce, dans un contexte de stagnation de l'éco contribution (une baisse de 1,25 € à 1,18 € étant prévue en 2018).

ÉCO-CONTRIBUTION HT DES PNEUS DE CATÉGORIE A (PNEUS TOURISME)



RÉPARTITION DES COÛTS EN 2017 POUR 1,25 €*



*1,25 € : éco-contribution 2017 pour un pneu de voiture

Aliapur, c'est aussi un modèle vertueux avec 90% des dépenses 2017 affectés au traitement de la commande (collecte, transformation, transport et valorisation), 5% consacrés à la R&D et aux projets et seulement 5% consacrés aux frais de structure.

Cette année a démontré une nouvelle fois la solidité du modèle Aliapur qui, tout en assurant ses objectifs réglementaires a su poursuivre sa stratégie en matière de diversification marchés et de voies de valorisation produit. La qualité de la matière première proposée par Aliapur est aujourd'hui reconnue sur les marchés internationaux avec des produits normés, tracés et fiables.

Enfin, fil rouge de cette année 2017, la Recherche et Développement avec une stratégie ambitieuse d'open innovation. Elle s'est concrétisée par la création d'un wiki ayant pour vocation de partager largement l'état des connaissances sur les propriétés du caoutchouc issu du pneu recyclé et

l'organisation du 1^{er} hackathon des déchets Openwaste qui a réuni en novembre 2017 une communauté enthousiaste de makers, designers et acteurs de la filière du recyclage.

Diversification, valorisation et innovation, un triptyque qui sera sans nul doute encore d'actualité en 2018 avec comme objectif pour Aliapur de renforcer son statut de contributeur actif d'une filière en capacité d'accompagner les industriels français dans la conception de produits et de solutions intégrant une matière première 100% made in France aux propriétés encore trop peu connues : le caoutchouc issu de la filière 100% française de la collecte et de la transformation du pneu usagé.

RETOUR SUR L'ANNÉE 2017



avec **Hervé Domas**,
directeur général Aliapur

• Les années se suivent et se ressemblent pour Aliapur en terme de collecte, quels enseignements tirez-vous de l'année 2017 ?

L'année 2017 a été une nouvelle fois une année record en terme de collecte avec 350 000 tonnes de pneus soit quelques milliers de tonnes de plus que notre objectif initial, nous permettant ainsi de répondre à la mission que nous ont assignée nos actionnaires. Cette croissance constante résulte à la fois du fort dynamisme du marché du pneu dans notre pays, mais aussi et je m'en réjouis, de l'efficacité du dispositif opérationnel que les équipes Aliapur ont mis en place et pilotent, au quotidien, sur le territoire.

Je crois pouvoir dire qu'Aliapur est un modèle mature et rodé faisant preuve, dans le même temps, d'une grande agilité en capacité de répondre à la fois à la croissance des volumes et aux aléas du marché comme l'afflux de ramassage lors des pics de froid précoces de novembre dernier. Au delà des moyens informatiques conçus et développés par nos collaborateurs, c'est aussi et surtout leur implication qui nous permet d'atteindre chaque année, ces enjeux opérationnels. Un de nos défis pour les années futures sera donc de conserver cette efficacité afin de répondre aux volumes toujours plus élevés de collecte et faire qu'aucun pneu ne soit laissé dans la nature en France.

• Du fait d'un contexte international particulier, 2016 avait été marquée par une recherche de nouveaux débouchés pour vos produits. Cette tendance s'est-elle confirmée en 2017 ?

Le contexte troublé que nous avons subi en 2016 avec la fermeture d'un marché historique, le Maroc, nous avait effectivement poussé à nous engager dans la recherche proactive de nouvelles voies de diversification, et notamment de nouveaux débouchés à l'international. Cette stratégie, nous l'avons poursuivie en consolidant les liens créés en 2016 avec de nouveaux marchés et qui ont confirmé, en 2017 leur intérêt pour nos broyats de pneumatiques. Utilisés dans le secteur cimentier notamment, ces broyats sont unanimement reconnus pour leur qualité. Il s'agit là d'un atout majeur dans la bataille que nous livrons avec nos concurrents et je ne peux que me réjouir de constater que la demande en volumes s'est fortement accrue sur le plan international ces derniers mois. Consolider ces relations en nous appuyant sur la qualité de nos produits ne peut être toutefois la seule stratégie d'avenir. Dans ce monde où tout va très vite, nous nous devons de veiller aux évolutions réglementaires, au contexte géopolitique, mais aussi de politique intérieure de ces pays cibles et d'anticiper d'éventuelles évolutions de notre secteur. La solution pour moi se résume en deux mots : R&D et innovation.



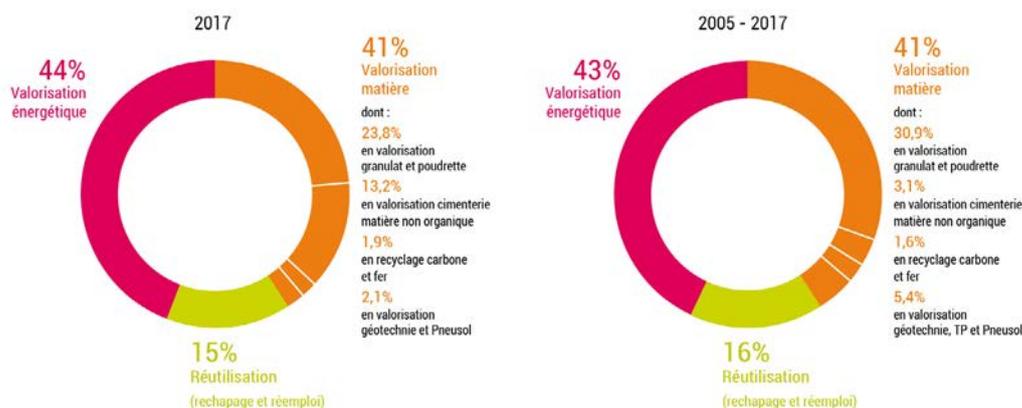
• L'innovation, tout le monde en parle, comment la traduisez-vous concrètement chez Aliapur ?

Ancrée dans l'ADN d'Aliapur depuis sa création, l'innovation et la R&D ont été le fil rouge de notre action en 2017. Nous avons souhaité que cette démarche soit la plus ouverte possible et qu'en parallèle des expérimentations menées, une plus forte acculturation soit faite sur les atouts et les potentialités du caoutchouc issu du pneu usagé. Pilotée par notre équipe R&D, cette stratégie d'open innovation a permis la création d'un wiki susceptible de constituer un plus large partage de connaissances. Autre fait marquant, l'organisation du 1^{er} hackathon des déchets « OpenWaste » en novembre dernier, un événement qui a permis de nous ouvrir à de nouvelles communautés de makers, de designers et de créateurs qui ont pu 3 jours durant explorer toutes les potentialités de notre matière. Cette ouverture, cette proactivité, sont essentielles. On le sait, aujourd'hui, sur tous les marchés, on ne peut pas rester passif ou attentiste. Notre ambition est de sortir de nos marchés traditionnels et d'aller prospecter de nouveaux secteurs qui ne connaissent pas forcément toutes les potentialités de nos produits. Nous devons dorénavant être en capacité de parler à des industriels aussi divers que ceux du secteur de l'automobile, bien évidemment, mais aussi de la construction, du design et du mobilier ou de la construction navale.

• Quelle est votre stratégie pour toucher ces nouvelles cibles et ces nouveaux secteurs ?

Cette ouverture à d'autres secteurs industriels sera, j'en suis persuadé, la clé de notre succès de demain. Les qualités du caoutchouc de pneu recyclé répondent très concrètement à des demandes de ces marchés. Notre présence au JEC 2018, le salon international des acteurs du composite, est un signal fort que nous souhaitons envoyer au monde industriel. Notre partenariat avec le bureau d'études Véso Concept a rapidement abouti à la création de produits à forte valeur ajoutée intégrant du granulat de caoutchouc. Les atouts sont à la fois techniques, environnementaux et économiques. Sur le plan technique, il permet par exemple de développer dans le bâtiment des cloisons avec une meilleure isolation acoustique et thermique, dans le secteur de la construction navale, des cloisons et des structures offrant une plus forte résistance au choc, aux vibrations ou à l'humidité. Sur le plan environnemental, il est aussi synonyme de réduction des émissions de CO₂, une plus grande durabilité et une meilleure traçabilité. Enfin, sur le plan économique, les granulats de caoutchouc issus de pneus usagés offrent une forte rentabilité et une performance sur le long terme. Notre message en direction des industriels est clair : n'hésitez pas, faites appel à nous, explorez les potentialités du granulat de caoutchouc et réfléchissons ensemble aux produits de demain.

RÉPARTITION DES VOIES DE VALORISATION



• **L'enjeu n'est-il pas aujourd'hui de parler de matière première à forte valeur ajoutée et non plus de déchet ?**

Donner envie d'utiliser nos produits c'est aussi pour nous changer l'image du caoutchouc issu de pneu usagé. Considéré comme un déchet notamment sur le plan réglementaire, il est tout au contraire pour nous une véritable matière première à forte valeur ajoutée. Notre souhait est de faire évoluer le regard des industriels et plus généralement des acteurs de l'innovation et de l'environnement et de les informer des atouts de la matière mais aussi des potentialités de marché qui se cachent derrière. Nous devons participer à notre échelle à la préparation du monde de demain, en trouvant de nouvelles solutions de valorisation aujourd'hui encore trop peu explorées en France. Je pense concrètement au magnifique potentiel du pneu comme substitut à la combustion du charbon notamment dans le secteur des chaufferies urbaines. Ce que nous faisons en Suède depuis de nombreuses années, nous devons pouvoir le développer en France. Ici encore, notre rôle doit être de faire connaître, de partager les connaissances et de proposer de la matière pour inventer, concevoir et réaliser les solutions de demain. Chaufferies urbaines, industries lourdes, ces secteurs offrent d'énormes potentiels de volume de valorisation, il est aujourd'hui de notre responsabilité de les rencontrer, de les informer et de les convaincre. Ces démarches seront longues, j'en suis pleinement conscient mais l'enjeu est tel que nous ne pouvons qu'être motivés pour nous y engager.

• **Changer l'image du pneu recyclé, ne passe-t-il pas aussi par un changement de ton de communication, voire de vocabulaire ?**

Bien évidemment, le travail de fond et de terrain que nous avons engagés est crucial mais dans la société hyperconnectée et communicante dans laquelle nous sommes et face aux enjeux de notre filière qui ne sont pas seulement nationaux, il est indispensable de repenser notre communication et de développer une approche, un ton et des outils plus marketés. Nous devons être sur le terrain de la communication comme nous l'avons fait avec Openwaste, un événement qui devrait se répéter en 2018. Nous devons clairement faire muter notre communication en développant une approche plus digitale et pédagogique. Nous avons fait le choix de newsletter ou de vidéos valorisant de manière simple et ludique la vocation d'Aliapur et les atouts de nos produits. En 2018, cette stratégie sera amplifiée avec une approche clairement produit comme nous le faisons sur le JEC 2018 en lançant Technigom, cette matière première faite à base de granulats de caoutchouc issus de pneus usagés. Nous nous adressons à des cibles BtoB et devons aujourd'hui adapter nos discours et nos actions à leur culture commerciale et marketing. Cette volonté est aussi celle de répondre aux arguments souvent faux de certains détracteurs et d'utiliser des codes adaptés à une communication plus moderne pour une filière de recyclage de pneumatiques de moins de 5 ans de moyenne d'âge, issus à 95% de manufacturiers reconnus... Une filière 100% made in France offrant qualité, traçabilité, et durabilité.



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.