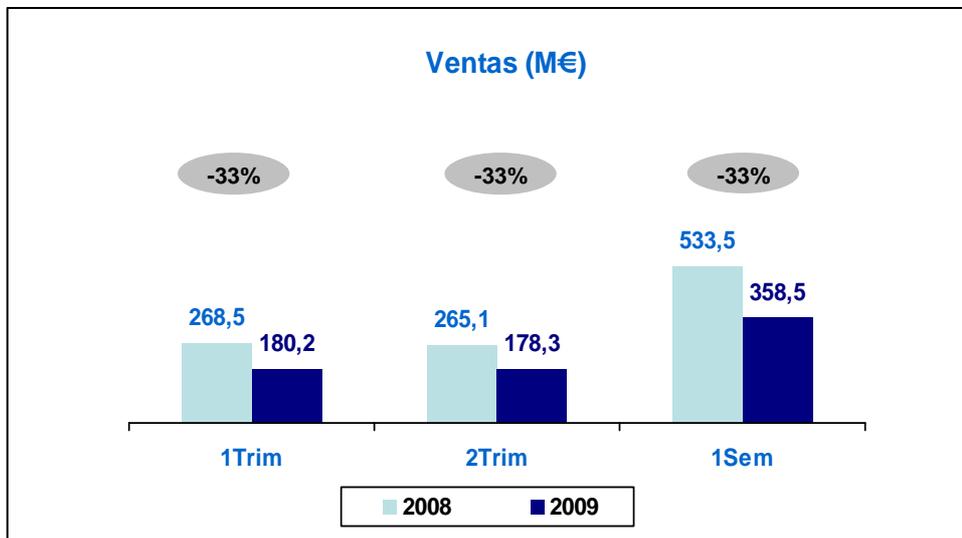


GRUPO URALITA
INFORME FINANCIERO SEMESTRAL CNMV
PRIMER SEMESTRE DE 2009
INFORME DE GESTIÓN

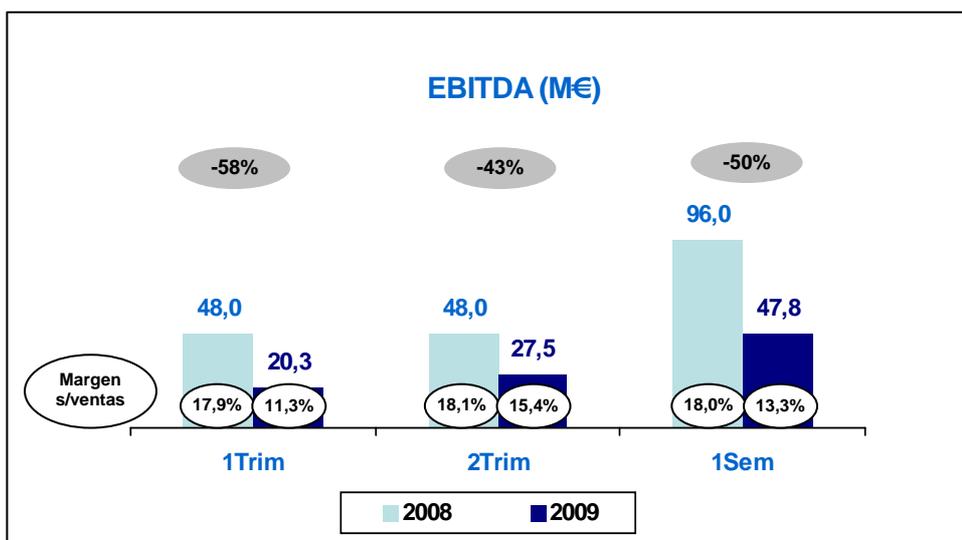
-
- *En el contexto actual de crisis financiera y económica que está impactando a la actividad de la construcción, Uralita obtuvo en el primer semestre de 2009 (1S09) unas ventas de 358,5M€, un 33% menores que las del primer semestre de 2008 (1S08)*
 - *A pesar de la caída de ventas, la rentabilidad operativa mejoró en el segundo trimestre (2T09) debido principalmente al plan de mejora lanzado en la segunda mitad de 2008. Así, en el 2T09 Uralita obtuvo un resultado operativo (EBITDA) de 27,5M€ (-43% vs 2T08) frente a 20,3M€ del 1T09, siendo el EBITDA total del 1S09 de 47,8M€ (-50% vs 1S08)*
 - *Uralita obtuvo en el 2T09 un resultado neto atribuible de 2,5M€ (89% menor que el del 2T08) para un total de 2,6M€ en el 1S09 (94% menor que el del 1S08)*
 - *Ante el segundo semestre, es complejo predecir la evolución del negocio debido a la incertidumbre existente en muchos países. Sin embargo, esperamos que el impacto progresivo del plan de mejora contribuirá al incremento de la rentabilidad de las operaciones*
-

1. RESULTADOS CONSOLIDADOS DE URALITA



Las ventas del 1S09 fueron de 358,5M€, con una reducción del 33% frente a las del 1S08, principalmente debido al impacto de la crisis económica y financiera en la actividad de construcción y a la devaluación de algunas monedas de los mercados donde Uralita opera (Rusia, Europa del Este y Reino Unido principalmente) respecto al euro.

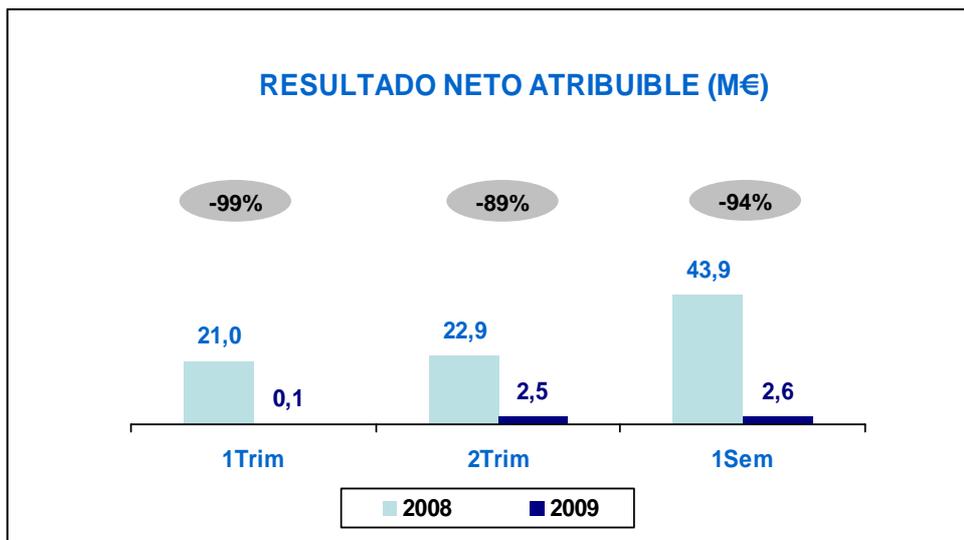
La mayor caída de ventas se produjo en España (-41%) frente al negocio internacional (-25%). Por negocios, Aislantes tuvo la menor caída (-25%) gracias a la resistencia de los mercados de Europa Occidental y Central. Tuberías (-37%) tuvo la segunda menor caída gracias a la actividad en el segmento de infraestructuras. Por su parte, Tejas y Yeso en Polvo sufrieron las mayores bajadas debido a su mayor dependencia de la obra nueva residencial.



En un contexto de menor actividad, el grupo realizó un importante esfuerzo para maximizar la rentabilidad mediante una gestión activa de precios y la implantación de un plan de mejora de gastos fijos y costes de personal, tanto en fábricas como en estructura comercial y de apoyo.

Gracias a ello, y a pesar de la fuerte caída de ventas respecto a 2008, Uralita consiguió un EBITDA de 47,8M€ (-50% vs 1S08), con un margen EBITDA del 13,3%. Es relevante destacar la mejoría del EBITDA en el 2T09 que, con un nivel de ventas similar al del 1T09, alcanzó 27,5M€ (15,4% sobre ventas) frente a los 20,3M€ (11,3% sobre ventas) del 1T09.

Finalmente, y a pesar de la adversa situación de mercado, el beneficio de Uralita mejoró en el 2T09 respecto al 1T09, obteniendo un resultado neto atribuible total de 2,5M€ y un total de 2,6M€ en el acumulado del periodo.



Igualmente, el programa de mejora incluye entre sus objetivos la optimización de caja mediante la gestión activa de inversiones y del capital circulante, lo que provocó que, a pesar de los pagos por dividendos, inversiones pendientes y reestructuraciones (con un total de 79M€ en todos los conceptos), la deuda se incrementara sólo en 28M€ en el 1S09.

Así, la deuda de Uralita al cierre del primer semestre fue de 272M€ y, a pesar de la caída de EBITDA, el ratio Deuda/EBITDA se mantiene en 2,4x veces.

2. RESULTADOS POR NEGOCIO

Negocios	Ventas			EBITDA		
	1T09	2T09	1S09	1T09	2T09	1S09
Aislantes	97,3	93,9	191,2	11,5	12,2	23,7
% año anterior	-24,4%	-25,2%	-24,8%	-55,6%	-46,0%	-51,1%
Margen EBITDA				11,8%	13,0%	12,4%
Yesos	39,4	36,7	76,1	8,9	9,9	18,7
% año anterior	-39,5%	-43,4%	-41,5%	-50,7%	-45,8%	-48,2%
Margen EBITDA				22,5%	26,9%	24,6%
Tuberías	30,3	33,5	63,9	1,0	4,8	5,8
% año anterior	-40,5%	-34,4%	-37,4%	-72,9%	-12,1%	-36,1%
Margen EBITDA				3,2%	14,4%	9,1%
Tejas	13,0	14,0	26,9	0,2	1,4	1,6
% año anterior	-45,0%	-40,5%	-42,7%	-91,1%	-52,7%	-71,1%
Margen EBITDA				1,9%	10,0%	6,1%
Otros y Ajustes ⁽¹⁾	0,3	0,2	0,5	-1,3	-0,8	-2,1
TOTAL	180,2	178,3	358,5	20,3	27,5	47,8

⁽¹⁾ Incluye Ventas y EBITDA de Corporativo y ajustes de consolidación

Aislantes: URSA® (53% de las ventas totales en el 1S09). Menor nivel de ventas por reducción de la actividad y negativa evolución de divisas

Las ventas de Aislantes del 1S09 se redujeron un 25% respecto al mismo periodo de 2008.

Por regiones, en Europa del Este se percibió una fuerte reducción de actividad de construcción, debida a la severidad del invierno y a las dificultades financieras de las economías domésticas e inversores para conseguir crédito. Adicionalmente la fuerte apreciación del euro frente a todas las divisas de la región provocó una disminución de los ingresos en euros provenientes de las ventas realizadas en Europa del Este.

El mercado centro-europeo de construcción se mantuvo más estable, o al menos con ligeras bajadas en su conjunto, tanto gracias a una menor dependencia del crédito en la actividad de renovación como por las iniciativas gubernamentales de impulso a la eficiencia energética y a la actividad de renovación.

Por productos, XPS tuvo un mejor comportamiento que lana de vidrio por la mayor presencia en mercados centro-europeos y por un buen precio del poliestireno, su principal materia prima.

A pesar de la caída de ventas, URSA® obtuvo en el 1S09 un EBITDA de 23,7M€ (12,4% de margen con mejoría del 2T09 vs 1T09) gracias al plan de mejora de rentabilidad basado en simplificación de costes de estructura y reducción de la capacidad productiva de lana de vidrio, tanto con el cierre de la fábrica de Hungría (fábrica sin escala para ser competitiva a futuro) como con la disminución de turnos, para adecuar la oferta a la demanda.

Adicionalmente, URSA® continuó con su política de innovación con el lanzamiento de dos nuevas gamas de producto (PureOne® y URSA Terra®) que le permitirán incrementar las ventas y completar el portafolio de lanas minerales con los productos de mejores características para cada aplicación.

A futuro, y a pesar de no esperar una mejora significativa de los mercados en el 2S09, hay tres factores que deberían ayudar a mejorar los resultados respecto al 1S09: aumento de las ventas por la estacionalidad propia del negocio, mayor impacto del plan de mejora implantado y mejora de la base comparativa respecto a 2008. En contraste, se espera un empeoramiento del margen de XPS por un significativo aumento de los precios del poliestireno que, debido a las circunstancias de mercado, resulta difícil de traspasar a los clientes en su totalidad.

Yesos (21% de las ventas): *Mantenimiento de márgenes elevados a pesar de la caída de actividad*

En el primer semestre se produjo una caída en el nivel de ventas del negocio de Yesos del 41% respecto al 1S08, con un mayor impacto en el negocio de Algiss®.

A pesar de la caída de ventas, Yesos mantuvo una rentabilidad elevada (24,6% de margen de EBITDA sobre ventas) debido a una gestión adecuada de precios, a la disminución del coste de algunas materias primas y a un ajuste importante de los gastos fijos y costes de personal. Además, cabe destacar que el margen de EBITDA del segundo trimestre, con un mayor impacto de las medidas, fue 4,4 puntos porcentuales superior al del primero.

Tuberías: Adequa® (18% de las ventas). *Mejora del margen de EBITDA a pesar de las menores ventas*

Las ventas de Adequa® se redujeron un 37% respecto al 1S08, con mayores caídas en productos más afectados al sector de edificación residencial. Por regiones, destacó la disminución de ventas en Francia en el segmento de edificación, debida a la gestión de rentabilidad por parte del negocio que llevó a abandonar algunos clientes de baja rentabilidad en ese país.

Pese a esta disminución de las ventas el margen de EBITDA de Adequa® se situó en el periodo en un 9,1% (frente al 8,9% del 1S08) debido a varios factores:

- Selección de clientes y salida de mercados con menor rentabilidad
- Optimización de los costes variables de producción
- Menores costes de materias primas y energía
- Reducción de gastos fijos y costes de personal fundamentalmente en el área industrial

El mayor impacto de estos factores en el 2T09 hizo que el margen de EBITDA alcanzara el 14,4% en este periodo.

Tejas (8% de las ventas). Menores ventas y rentabilidad en un contexto adverso

En un contexto de menor actividad del sector de construcción y en particular de la obra nueva residencial, principalmente en España pero también en Portugal, las ventas del 1S09 del negocio de Tejas disminuyeron un 43% respecto al 1S08.

El negocio obtuvo 1,6M€ de EBITDA (71% menor al del 1S09) con una mejoría en el segundo trimestre debido a:

- Ventas basadas en productos diferenciados, con el lanzamiento de nuevos productos de alta calidad en la fábrica de Almansa y la puesta en marcha en Junio de una nueva fábrica en Outeiro (Portugal) con la mejor tecnología de la Península Ibérica
- Adecuación de la estructura productiva al nuevo entorno de mercado, con el cierre de 4 fábricas. El impacto de estas medidas se ha empezado a reflejar en el 2T09 pero tendrá su reflejo completo en el 2S09

3. HECHOS IMPORTANTES E INCIDENCIA EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2009

Los principales hechos acaecidos durante el primer semestre fueron los siguientes:

1. Desaceleración de algunos mercados de construcción en algunos países (sobre todo obra nueva residencial) cuyo impacto está implícito en la evolución de ventas
2. Implantación de un plan de mejora de gastos fijos y optimización de las operaciones con mayor impacto en el segundo trimestre, cuyo impacto está incluido en los márgenes de los negocios. Incluye el cierre de cuatro fábricas de tejas y una fábrica de aislantes
3. Devaluación respecto al euro de divisas de países del Este en los que opera URSA® (Rusia, Polonia, Rumanía) y de la libra esterlina con un importante impacto implícito en las ventas del negocio
4. Lanzamiento de nuevos productos de URSA®, PureOne® y URSA Terra®, con impacto aún limitado en el nivel de ventas debido a su reciente lanzamiento
5. Modernización de una fábrica de tejas en Portugal con la mejor tecnología de la Península Ibérica, con un impacto aún limitado debido a su reciente arranque

4. PRINCIPALES RIESGOS E INCERTIDUMBRES PARA EL 2S09

1. Desaceleración de la actividad de construcción en España y en algunos otros mercados, impulsada por un exceso de oferta y una debilidad de la demanda en un contexto económico menos favorable y con mayores dificultades para acceder a financiación
2. Incrementos del coste de las materias primas, con la posible dificultad de transferir el incremento al precio final