



EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DE URALITA EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2015

Consolidación del crecimiento en España, recuperación aunque lenta de los mercados europeos y fuerte impacto de la devaluación del rublo ruso

- ***En el primer trimestre de 2015, Uralita realizó unas ventas de 130,3 millones de euros en sus dos líneas de negocio (Soluciones Interiores y Tuberías), lo que supuso un incremento del 1,8% frente al mismo periodo de 2014.***
- ***Las ventas en mercados internacionales, que alcanzaron un 76% del total del grupo, presentaron un ligero descenso ya que el ligero incremento en actividad se vio penalizado por la devaluación del rublo frente al euro. Por su parte, las ventas en España mejoraron por cuarto trimestre consecutivo.***
- ***El EBITDA del primer trimestre ascendió a 9,1 millones de euros, un 1,9% inferior al obtenido en el 1T 2014, con mejora de los negocios en España y descenso en los mercados europeos afectados por la devaluación de divisas.***
- ***El resultado neto atribuible fue de -18,9 millones de euros, reduciéndose en un 18% frente a 2014 debido a los mayores gastos financieros (que en el primer trimestre han ascendido a 14,6 m€) y extraordinarios, que redujeron la mejora lograda en el resultado de explotación.***
- ***Por otra parte, como se informó al mercado recientemente a través del correspondiente hecho relevante, se ha alcanzado un acuerdo de reestructuración financiera de la división de aislantes Ursa, sujeto a determinadas condiciones suspensivas entre las que se encuentra la aprobación por parte de la Junta General de Accionistas de Uralita, acuerdo que supondrá, entre otros efectos, el traspaso del control de la división por parte de Uralita (que mantendrá un 10% de participación en dicha división) y la desaparición de la deuda financiera neta del Grupo.***

<i>Magnitudes totales consolidadas (datos en millones de euros)</i>	1T 2015	1T 2014(*)	Diferencia
Ventas	130,3	127,9	1,8%
EBITDA	9,1	9,3	-1,9%
<i>Margen EBITDA sobre Ventas</i>	<i>7,0%</i>	<i>7,2%</i>	<i>-0,2 pp</i>
Resultado Neto Atribuible	-18,9	-16,0	-18,2%

(*) Ventas y EBITDA de 2014 no incluyen las cifras de Tejas para facilitar la comparación de la información, como consecuencia de la salida del negocio de Tejas del perímetro a principios del año 2015 (ver información más detallada en las cuentas anuales de 2014)

Comentarios sobre las cifras de Ventas y EBITDA:

- Uralita generó unas ventas de 130,3 millones de euros en el 1T 2015, lo que supone un incremento del 1,8% frente a las obtenidas en el mismo periodo del año anterior. Esta evolución estuvo penalizada por el impacto de devaluación de ciertas divisas, y especialmente del rublo ruso que perdió un 44% de valor frente al euro (48.8 RUB/EUR en el 1T 2014 frente a 70.5 RUB/EUR en el 1T 2014). Aislado el efecto divisa, el incremento comparable de ventas fue del 6,1% impulsado principalmente por el avance de los negocios de Soluciones Interiores (Aislantes y Yesos) y, en menor medida, de Tuberías.
- Por áreas geográficas: en Europa Occidental y Central, región que supuso el 55% de las ventas del Grupo en el 1T 2015, las ventas se incrementaron un 7,4% gracias al crecimiento del negocio de placa de yeso en Francia así como a la reapertura de la nueva fábrica de aislante XPS en Bondeno (Italia) dañada tras el terremoto de mayo de 2012. Las ventas en España, que supusieron un 24% del total del Grupo, crecieron un 13% confirmando el cambio de tendencia registrado en 2014. Finalmente, en Europa del Este y Rusia (20% de las ventas del Grupo¹) las ventas en euros se contrajeron un 13% afectadas por la fuerte devaluación del rublo (crecimiento del 5% sin este efecto).
- Por negocios, Soluciones Interiores alcanzó unas ventas de 117,2 millones de euros, 2% superiores a las del 1T de 2014, con crecimiento en ambas actividades, mientras que Tuberías realizó unas ventas de 13,0 millones de euros (+1% vs 1T 2014), impulsada por el avance de las obras de saneamiento en España y la venta de accesorios.
- El EBITDA acumulado fue de 9,1 millones de euros, reduciéndose en 0,2 millones de euros (-1,9%) frente al obtenido en el 1T 2014, con un margen EBITDA del 7,0%. La mejora en el resultado operativo de los negocios en España no compensó en su totalidad un impacto negativo del tipo de cambio de aproximadamente 0.6M€.

(1) Las ventas en otros mercados internacionales representaron el 1%.