

URALITA REDUCE SUS VENTAS UN 30% PERO CONSIGUE CERRAR CON UN BENEFICIO NETO DE 10,1 MILLONES DE EUROS EN 2009

- *Adicionalmente, Uralita redujo su endeudamiento en 9 millones de euros gracias a un importante incremento en la generación de flujo de caja*
- *En un adverso contexto económico y de mercado, Uralita consiguió estos resultados gracias a la implantación de un ambicioso plan de mejora y reestructuración y a la fuerte exposición al mercado internacional (60% de las ventas en 2009) que se redujo menos que el mercado español*
- *Para 2010, Uralita prevé un inicio de la recuperación en la segunda parte del año sustentada en la mejora de las ventas internacionales*

Madrid, 25 de febrero de 2010.- En la publicación de sus resultados de 2009, Uralita explicó hoy el fuerte impacto que la crisis financiera y económica tuvo en la actividad del sector de construcción en Europa, lo que hizo disminuir la demanda de viviendas y, en general, del resto de actividades del sector.

Si bien la reducción de actividad fue generalizada, el impacto fue diferente en las regiones donde opera Uralita: en su principal mercado, Europa Occidental (41% de las ventas en 2009), la caída de ventas fue algo más moderada (-6% en aislantes, -16% en agregado) gracias al impulso regulatorio hacia la eficiencia energética que favorece el uso del principal producto de Uralita, los aislantes.

En España, segundo mercado en relevancia (40% de las ventas en 2009), la caída fue más pronunciada (-38%) por el menor nivel de actividad fruto de los excesos inmobiliarios de años anteriores.

Por último, aunque sigue siendo una región de alto potencial, las ventas en Europa del Este y Rusia (19 % de las ventas en 2009), también se redujeron significativamente por el impacto de la crisis financiera en las economías de estos países. El impacto de las menores ventas se vio acentuado en los resultados de Uralita al haberse depreciado frente al euro la mayoría de las monedas de los países de la región.

En este complejo contexto (con una reducción total de ventas del 30% frente a 2008), Uralita consiguió mantener en positivo su cuenta de resultados gracias a la implantación de un ambicioso plan de mejora orientado a reducir los costes fijos y de personal y a restringir las inversiones. Con ello, Uralita cerró el ejercicio 2009 con un EBITDA¹ de 102,5 millones de euros y un resultado neto atribuible positivo de 10,1 millones de euros.

Adicionalmente, aunque tuvo que incurrir en los pagos de inversiones de crecimiento ya comprometidas y en los costes asociados a las reestructuraciones acometidas, Uralita fue capaz de generar en 2009 un flujo de caja libre de 65 millones de euros (frente a -36

¹ Resultado operativo antes de amortizaciones, intereses e impuestos

millones en 2008), reduciendo así su deuda financiera en 9 millones, hasta 235 millones de euros .

PRINCIPALES MAGNITUDES DE LA CUENTA DE RESULTADOS

	2008	2009	Dif % 08-09
Ventas	1.007,0	704,7	-30 %
EBITDA	162,4	102,5	-37 %
Margen EBITDA %	16,1%	14,5%	
Resultado Neto Atribuible	40,3	10,1	-75 %

Potencial de negocio y perspectivas para 2010

Uralita comunicó que sigue confiando en el potencial a medio y largo plazo de sus negocios:

- Portafolio de productos de alto potencial, tanto por estar alineados con las tendencias regulatorias hacia la eficiencia energética (con especial relevancia de sus productos aislantes), por estar enfocados en un segmento tan relevante como es la gestión del agua (tuberías) o por estar adaptados a las tendencias constructivas: menor tiempo de instalación, confort y calidad (principalmente Pladur® y Tejas de alta calidad CObert®)
- Diversificación geográfica, con un 60% actual de ventas fuera de España.
- Mejoras implantadas en 2009 que han dado como resultado un Grupo más eficiente, lo que permitirá conseguir mayor rentabilidad cuando la demanda se recupere.

De hecho, aunque la visibilidad en los mercados es aún limitada, en 2010, y con las perspectivas macroeconómicas actuales, Uralita espera un inicio de recuperación en la segunda parte del año gracias a las ventas en mercados internacionales.

Sobre URALITA:

Uralita es una multinacional española de materiales de construcción con más de 100 años de historia. En la actualidad, la compañía opera en 35 países. Las áreas de negocio estratégicas de la sociedad son Aislantes (bajo la marca URSA®), Yesos (bajo las marcas Pladur® y Algiss®), Tejas (bajo la marca Cobert® y Cerámicas Collado®) y Tuberías (bajo la marca Adequa®). Uralita ocupa una posición de liderazgo en la Península Ibérica en el sector de materiales ligeros de construcción y es el tercer fabricante europeo de aislantes.

Para más información:

Gonzalo Torres / José Luis González

KREAB & GAVIN ANDERSON

gtorres@kreabgavinanderson.com

jlgonzalez@kreabgavinanderson.com

Teléfono: 91 702 71 70 Móvil: 610 275 845 / 661 850 384