

**EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS DEL GRUPO URALITA
EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2007**

- *Continuación de los buenos resultados si bien con cierta ralentización ya anticipada respecto al elevado primer semestre. Los resultados conseguidos están en línea con los elevados objetivos para 2007 comunicados en septiembre.*
- *El negocio de Aislantes continúa fuerte a pesar de la reducción respecto del alto nivel de actividad de los primeros meses de 2007. En los negocios de España y Portugal se ha percibido cierta desaceleración de la demanda si bien todos ellos han conseguido mejorar la rentabilidad.*
- *Uralita adquirió el negocio de tejas de Imerys en España y Portugal, lo que permitirá acelerar su estrategia de crecimiento en productos de calidad.*

1. RESULTADOS CONSOLIDADOS DE URALITA

<i>Magnitudes totales consolidadas (datos en millones de euros)</i>	Acum. 3T 2007	Acum. 3T 2006	Variación 2007/2006
Cifra de negocios	827,4	744,1	+11,2%
EBITDA	179,4	132,8	+35,1%
<i>Margen EBITDA sobre Ventas</i>	<i>21,7%</i>	<i>17,8%</i>	<i>+ 3,9pp</i>
Resultado Neto	87,7	48,4	+81,2%
<i>Resultado Neto sobre Ventas</i>	<i>10,6%</i>	<i>6,5%</i>	<i>+4,1 pp</i>
Resultado Neto atribuido a la Sociedad Dominante	70,7	32,0	+120,9%
Deuda Financiera Neta	108,8	110,8	-1,8%

La cifra de negocios acumulada ascendió a 827,4 millones de euros, un 11% superior a las del periodo comparable del ejercicio anterior.

Uralita consiguió un EBITDA de 179,4 millones de euros (+35%), mejorando el margen EBITDA en 3,9 puntos porcentuales hasta 21,7%.

Gracias a los buenos resultados operativos, Uralita consiguió un Resultado Neto de 87,7 millones de euros, con un margen sobre ventas del 10,6%. El Resultado neto de la sociedad dominante ascendió a 70,7 millones de euros, un 121% superior al mismo periodo de 2006.

A pesar de que el flujo de caja operativo siguió siendo positivo, la deuda financiera neta se incrementó respecto al 2º trimestre de 2007 ya que en el 3º trimestre se procedió al pago del dividendo de 2006 y a la adquisición del negocio de tejas de Imerys en España y Portugal.

2. RESULTADOS POR NEGOCIO

Negocios	Ventas Acumuladas		Variac. 07/06	EBITDA Acumulado		Variac. 07/06
	3T 2007	3T 2006		3T 2007	3T 2006	
Aislantes	410,1	357,2	+15%	103,5	61,4	+69%
Yesos	189,5	176,7	+7%	55,4	52,9	+5%
Tejados	77,7	78,1	-1%	13,2	13,2	+0%
Tuberías	150,2	128,7	+17%	14,0	9,3	+50%
Otros y Ajustes ⁽¹⁾	0,0	3,4	-100%	-6,7	-4,0	+66%
TOTAL	827,4	744,1	+11,2 %	179,4	132,8	+35,1%

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

URSA®: Continuación de los buenos resultados, si bien en el tercer trimestre se confirmó cierta desaceleración de la demanda

En Lana de Vidrio continuó la buena situación de la demanda, lo que permitió una evolución favorable de precios. El volumen de actividad mostró síntomas de desaceleración en el 3^{er} trimestre en Alemania (principalmente por menor actividad de construcción), Reino Unido (por retraso en la aplicación del nuevo programa gubernamental de eficiencia energética) y en Europa del Este, tanto por la reducción del ritmo de crecimiento (que había sido muy elevado en los primeros meses de 2007) como por la disponibilidad de nueva capacidad (Rusia, Croacia, Rumanía). En XPS, el volumen de actividad estuvo en línea con el mismo periodo de 2006 con ligeros repuntes en precios en algunos mercados occidentales y descensos en Rusia por entrada en funcionamiento de nueva capacidad productiva de competidores.

El incremento de volúmenes y precios, el alto grado de utilización de las fábricas y las medidas de contención de costes fijos impulsó la rentabilidad de URSA® que alcanzó un margen de EBITDA anual acumulado del 25,2% (+8,0 p.p. respecto al año anterior).

En el mes de julio se concluyó y se puso en funcionamiento exitosamente una ampliación de capacidad de producción en la fábrica de Lana de Vidrio en Tchudovo (Rusia), que supondrá un aumento de 3.000 toneladas anuales en la capacidad productiva de URSA®.

Yesos: Incremento de ventas en Pladur®, mientras Algíss® aumentó las ventas de productos estratégicos

La disminución de la actividad de construcción en España afectó de manera desigual a los negocios de Yesos: Pladur® continuó aumentando su volumen de ventas mientras que Algíss® se enfrentó a una menor demanda de producto y mayor competencia en el sector.

En este contexto, el alto grado de eficiencia de la fábrica de Pladur® en Valdemoro, junto con un alto peso de ventas de productos de mayor valor añadido en Algíss® permitió al negocio de Yesos incrementar su EBITDA hasta 55,4 millones de euros con un margen del 29,2 %.

Cobert®: Menor volumen de actividad por el contexto de construcción aunque ligera mejora de márgenes por control de costes

Cobert® disminuyó ligeramente el volumen de ventas de tejas con respecto al mismo periodo del año anterior por la menor actividad del sector de edificación en España que no pudo compensarse con el aumento de actividad registrado en Portugal.

A pesar de las menores ventas, se mantuvo el margen EBITDA de 2006 (16,9 %) gracias a la contención de costes y al enfoque en productos de mayor valor añadido.

Uralita cerró en septiembre la adquisición del negocio de tejas de la compañía francesa Imerys en España y Portugal lo que le permitirá reforzar su posicionamiento en cerámica y acelerar su estrategia de crecimiento en productos de alta calidad.

Adequa®: Mayores ventas por la fortaleza de la Obra Pública y mayor volumen de productos de alto valor añadido

Adequa® mejoró sensiblemente su demanda por incremento de la inversión en Obra Pública captando mayor cuota de mercado gracias a las ventajas de sus productos frente a otras soluciones.

El cambio de mix de productos junto con ahorros en costes permitieron al negocio aumentar en 2,1 p.p. su margen EBITDA hasta el 9,3 % en el acumulado del año.