



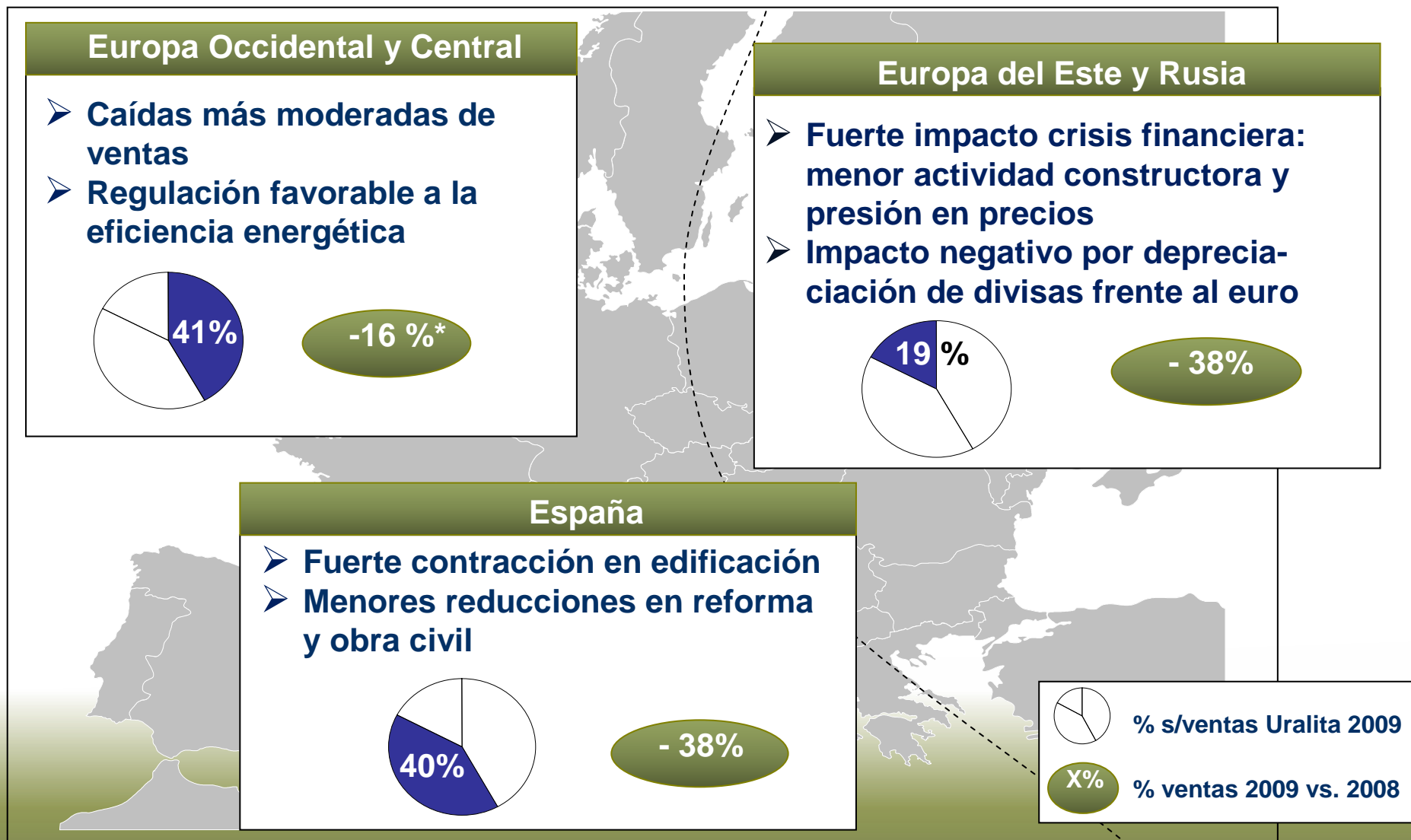
junta general de accionistas

12 de mayo de 2010

AGENDA

- **Uralita en 2009**
- **Posicionamiento a futuro**
- **Perspectivas para 2010 y resultados del primer trimestre**

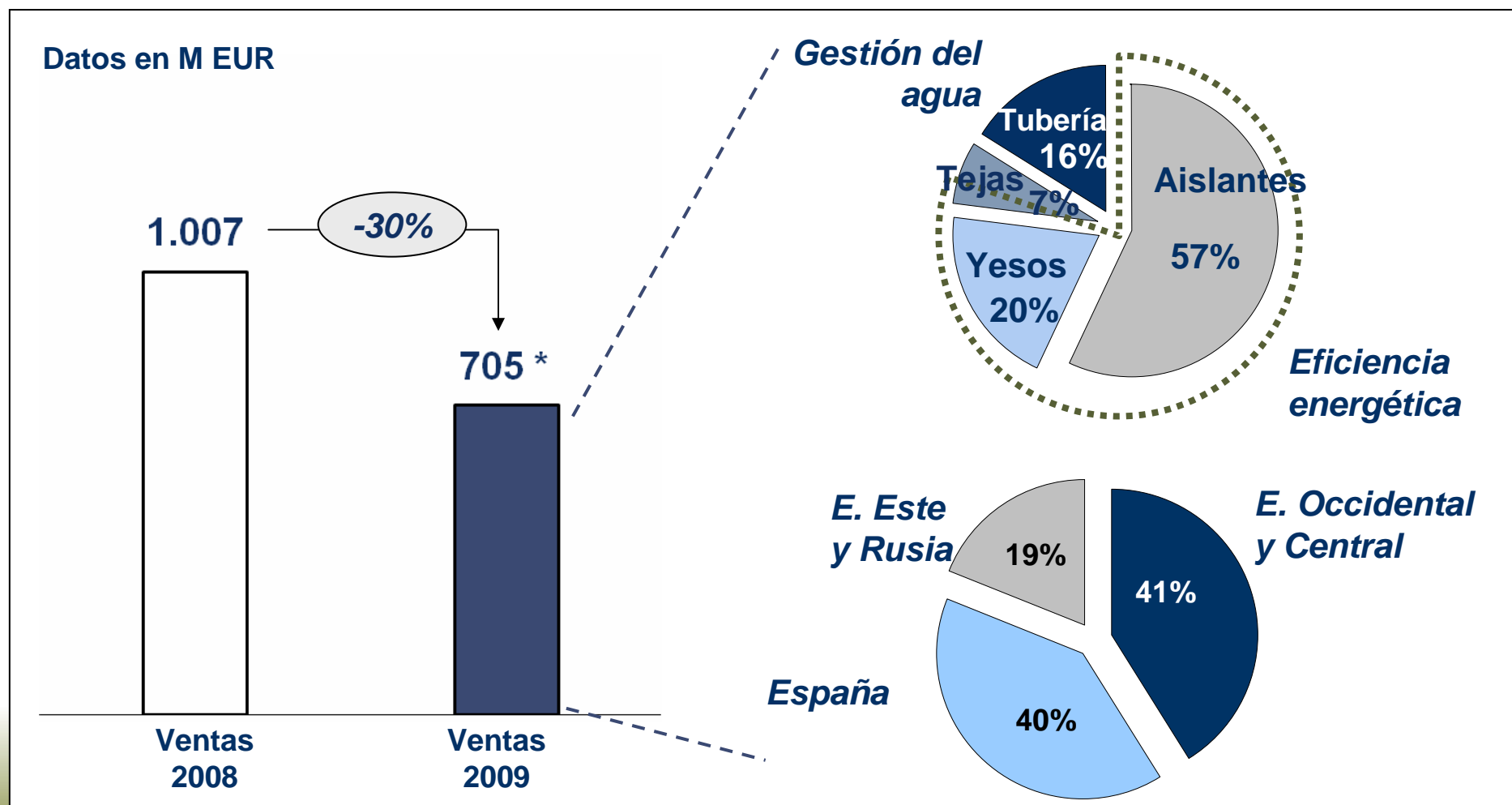
UN CONTEXTO DE MERCADO MUY COMPLEJO POR EL IMPACTO DE LA CRISIS EN 2009



* De la cual, -6% en aislantes y -37% en el resto de negocios

LA SITUACIÓN DEL MERCADO AFECTÓ A LAS VENTAS

En 2009, 60% de las ventas provinieron de fuera de España y más del 70% de negocios relacionados con la eficiencia energética



* Ventas totales de 712 M EUR de las que 7 M EUR se corresponden a actividades interrumpidas

URALITA REACCIONÓ IMPLANTANDO UN EXIGENTE PLAN DE MEJORA DURANTE 2009



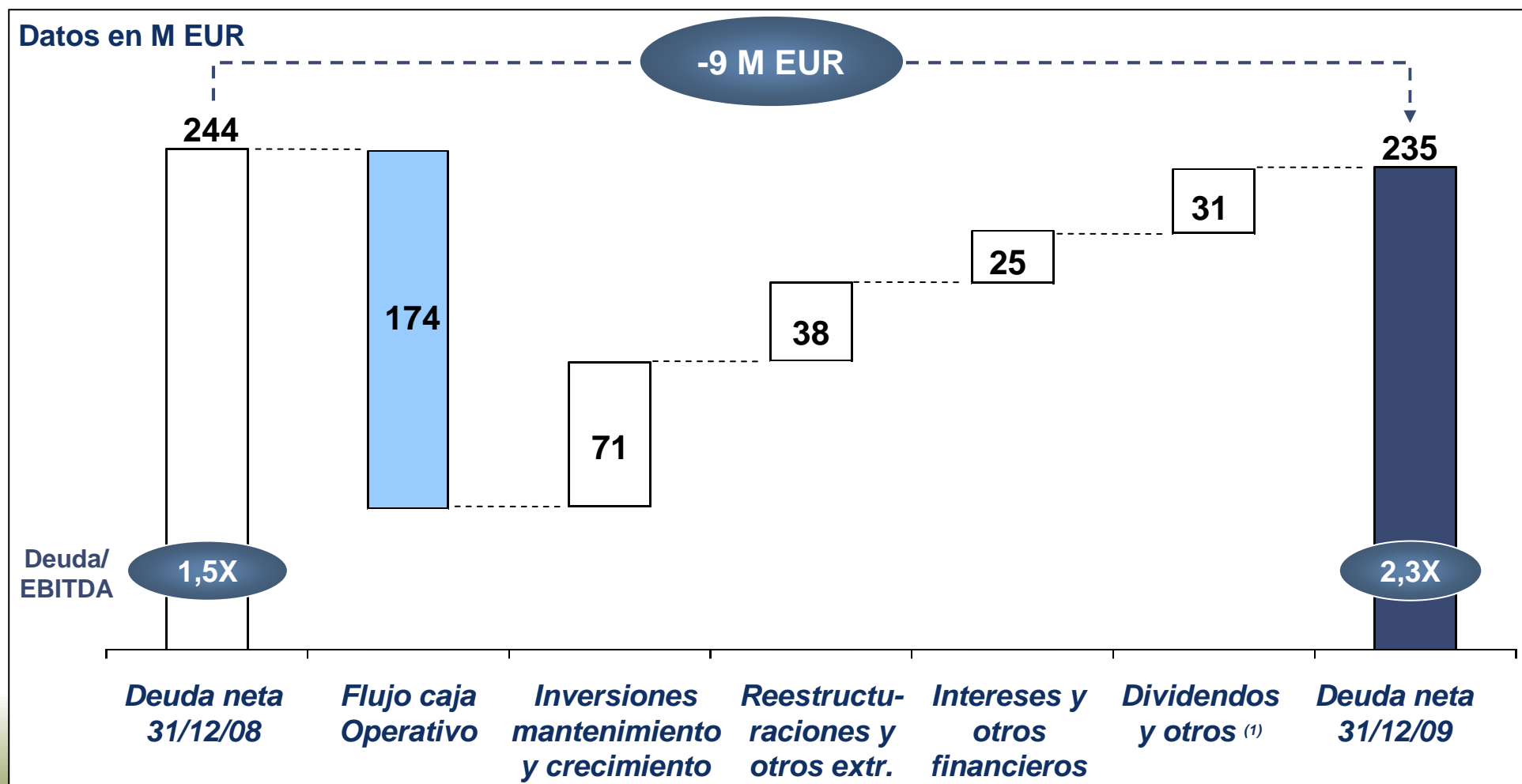
El plan se ejecutó completamente, superando los objetivos inicialmente previstos

A PESAR DE LA MEJORA DE COSTES, LAS MENORES VENTAS IMPACTARON EN LA CUENTA DE RESULTADOS

Datos en M EUR	2009	2008	Dif	%
Ventas	705	1.007	-302	-30%
Costes Operativos	602	845	-242	-29%
EBITDA	102	162	-60	-37%
Amortización	-47	-46	1	2%
Costes financieros	-14	-23	-9	-37%
Reestructuración y otros extraord.	-19	-27	-8	-29%
Resultado antes de impuestos	22	66	-45	-67%
Impuestos	-6	-15	-9	-59%
Resultado Neto	16	52	-36	-70%
Minoritarios	-6	-12	-6	-50%
Resultado Neto Atribuible	10	40	-30	-75%

URALITA CONSIGUIÓ REDUCIR LA DEUDA EN 9 M EUR

Cumpliendo con las inversiones ya comprometidas, los pagos de reestructuración y la retribución a accionistas

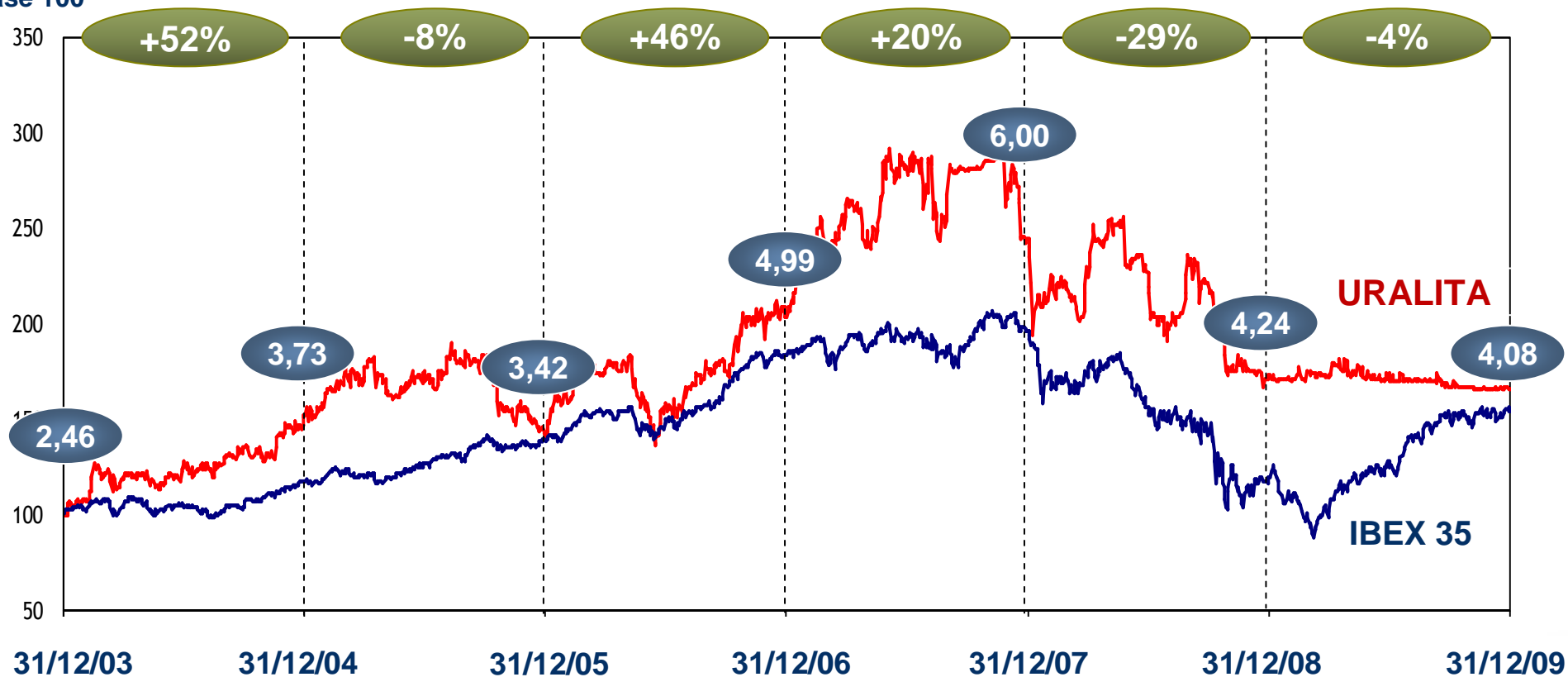


(1) Incluye dividendos a accionistas de Uralita y a minoritarios y autocartera

LA ACCIÓN EXPERIMENTÓ POCAS VARIACIONES DURANTE 2009

Cierre de la cotización a 31/12/09: 4,08 €/acción

Índice
base 100



XX = Variación anual de la cotización de Uralita

xx = Precio de la acción de Uralita a 31 de diciembre

“PAY-OUT” DEL 60% SOBRE EL RESULTADO DE 2009

- La retribución vía dividendo es clave para materializar la creación de valor para los accionistas
- El “pay-out” establecido con carácter general es del 30%-40%
- Propuesta de “pay-out” con cargo a resultados de 2009: 60%

Resultado Neto atribuible

10,1 M EUR

Dividendo total

6,1 M EUR

Dividendo por acción

0,032 EUR

AGENDA

- **Uralita en 2009**
- **Posicionamiento a futuro**
- **Perspectivas para 2010 y resultados del primer trimestre**

POSICIONAMIENTO DE URALITA



LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS PASA POR UN BUEN AISLAMIENTO

% de toda la energía consumida en la U.E.



Edificios 40%



Transporte 32%



Industria 28%

Fuentes de ahorro de energía en los hogares

Otros (ventilación, mejores aplicaciones eléctricas)

20 %

Aislamiento térmico

42 %

Mejoras en iluminación

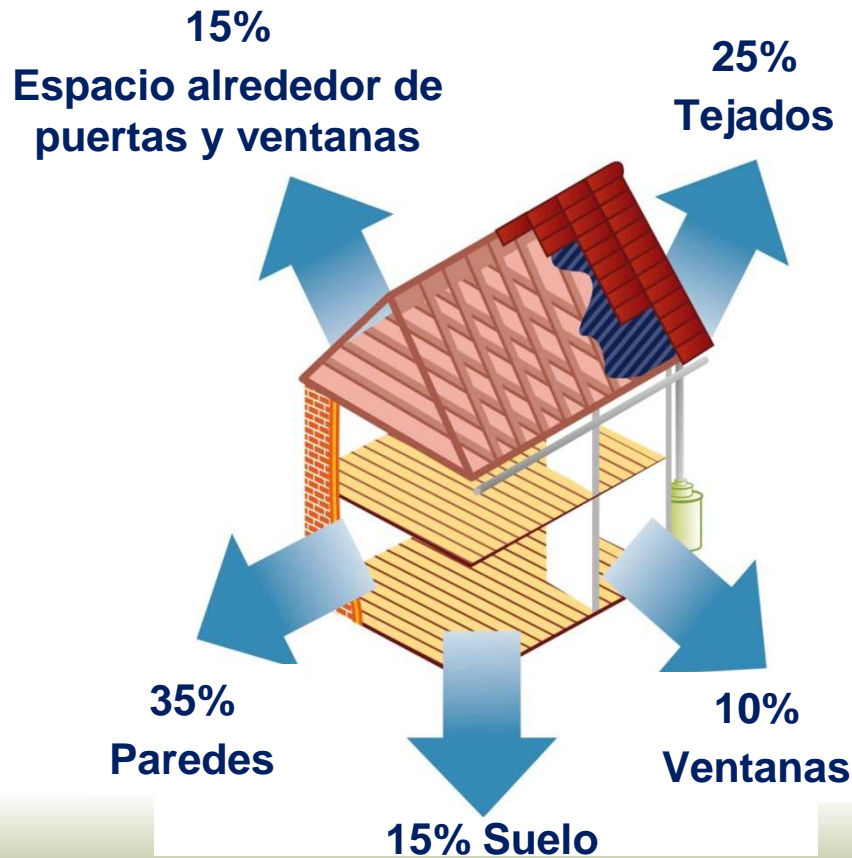
11 %

Mejoras en ventanas

27 %

LOS PRODUCTOS DE URALITA SON ADECUADOS PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS

Pérdidas de energía en los hogares



Productos de Uralita

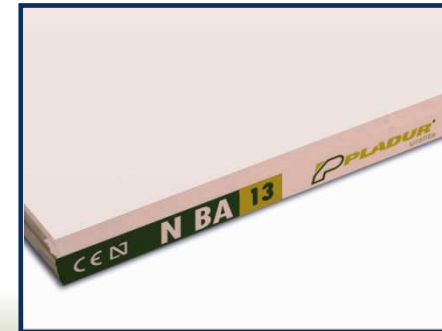
Aislante Lana Vidrio



Aislante XPS



Placa de yeso, Pladur®

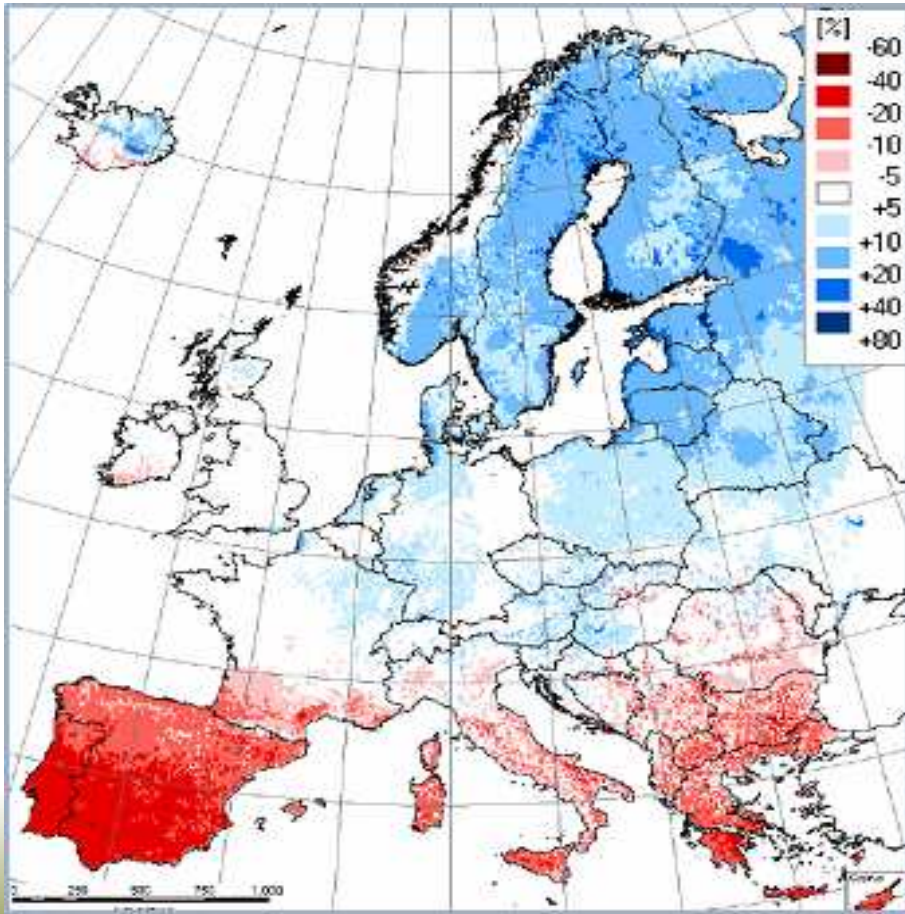


Tejas de alta calidad



ES NECESARIO MEJORAR LA GESTIÓN DEL AGUA

Previsión de evolución de precipitaciones hasta 2020



Retos para una gestión más eficiente del agua

1. Ahorro
2. Reutilización
3. Reducción de costes

- Redes de saneamiento
- Control de fugas
- Modernización de regadíos
- Reciclado de agua industrial y urbana
- Tratamiento: filtración, membranas, etc...

Productos de Uralita

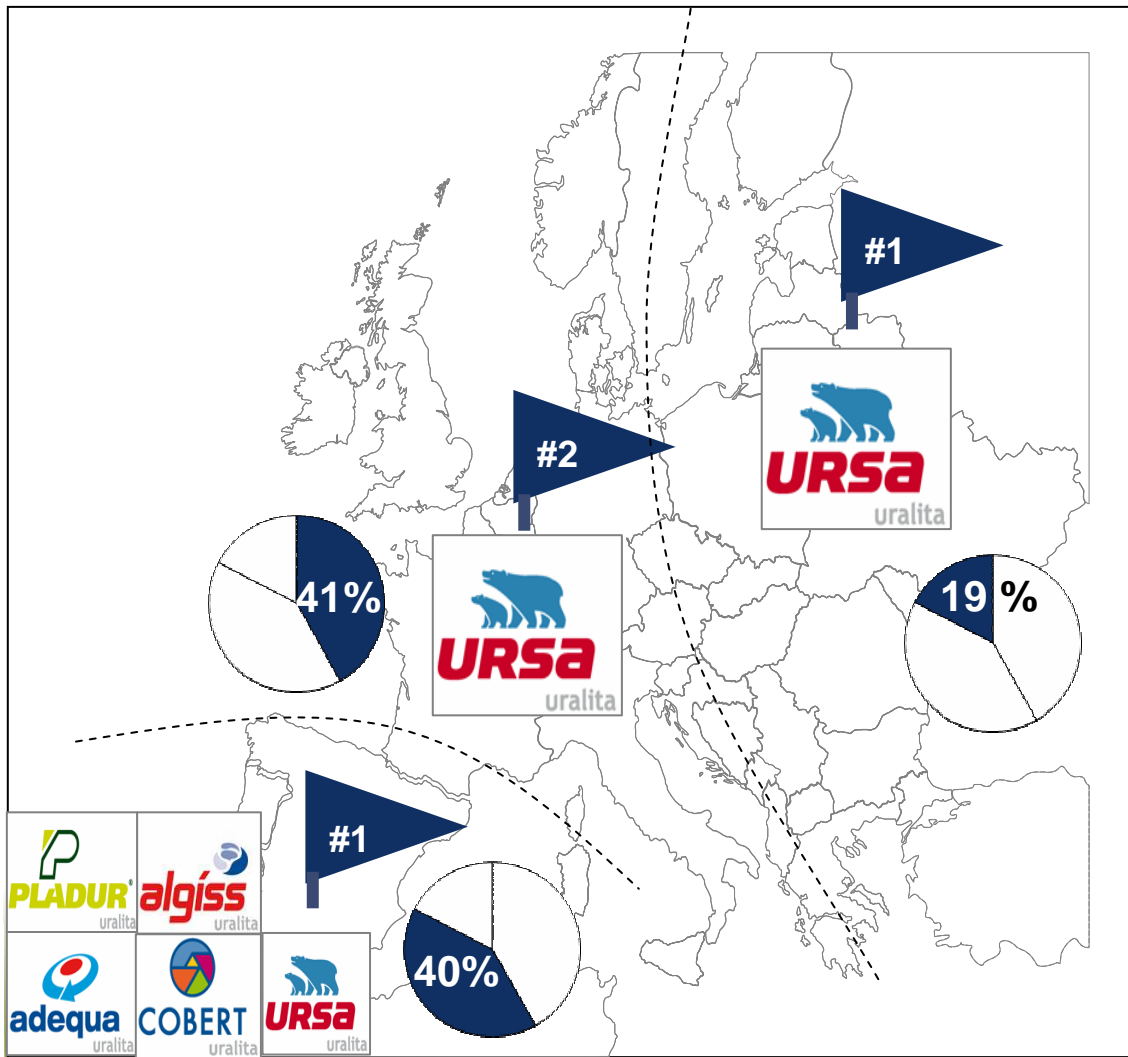
Tuberías para infraestructuras



Tuberías y piezas para edificación



URALITA ES HOY UNA MULTINACIONAL CON UNA ELEVADA DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA



- Diversificación geográfica progresiva que ha **reducido la exposición al mercado español**:
 - **Significativa presencia en Europa Occidental** con previsiones de comienzo de **recuperación en 2010**
 - **Líder en Europa del Este y Rusia**, con mayor crecimiento a futuro por nueva construcción y más aislamiento
- **Posiciones de liderazgo** en los mercados donde operamos (clave para competir de manera eficaz en este sector)

PREPARADOS PARA CONSEGUIR MAYOR RENTABILIDAD CUANDO LAS VENTAS REPUNTEN

Mayor rentabilidad esperada de las ventas a futuro

Mayor ingreso por cada producto vendido

- Enfoque en **productos de mayor valor añadido** y lanzamiento de **productos innovadores**

Mejores márgenes de las ventas realizadas

- **Menores costes operativos** (industriales, comerciales y de soporte) por las mejoras implantadas en 2009

Mayor retorno por cada euro invertido

- **Menor base de activos operativos:**
 - Concentración de fábricas
 - Capacidad excedente actual
 - Reducción del activo circulante para operar

AGENDA

- **Uralita en 2009**
- **Posicionamiento a futuro**
- **Perspectivas para 2010 y resultados del primer trimestre**

PERSPECTIVAS PARA 2010

Limitada visibilidad en los mercados

Europa Occidental y Central



- Comportamiento más estable
- Impacto positivo de regulación (eficiencia energética)
- Mayor peso de reforma

España



- Contracción adicional en residencial
- Incertidumbre en obra civil

Europa del Este y Rusia



- Actividad condicionada al crecimiento económico (financiación internacional, precio de energía)
- Esperada recuperación con incertidumbre sobre su ritmo

- Inicio de recuperación en 2ª mitad de 2010 en mercados internacionales
- Análisis continuo de oportunidades de incrementar ventas y de mejoras de eficiencia adicionales
- Objetivo: mantener márgenes de 2009

RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2010

Datos en M EUR

	1T 2010	1T 2009	Variación
Ventas	151,4	180,2	-16%
EBITDA	17,1	20,3	-16%
<i>Margen</i>	<i>11,3%</i>	<i>11,2%</i>	<i>+0,1 pp</i>
Rdo. Neto Atribuible	0,4	0,1	+185%

- **Fuerte impacto de climatología** en los proyectos de construcción y por tanto en las ventas de todas las compañías del sector
- **Mantenimiento del margen EBITDA** gracias a mejoras en costes de 2009
- **Mejora en resultado atribuible** por menor impacto de costes extraordinarios y financieros
- Si bien con visibilidad aún limitada, las perspectivas son de una **paulatina recuperación de los mercados internacionales**



Muchas gracias por su atención