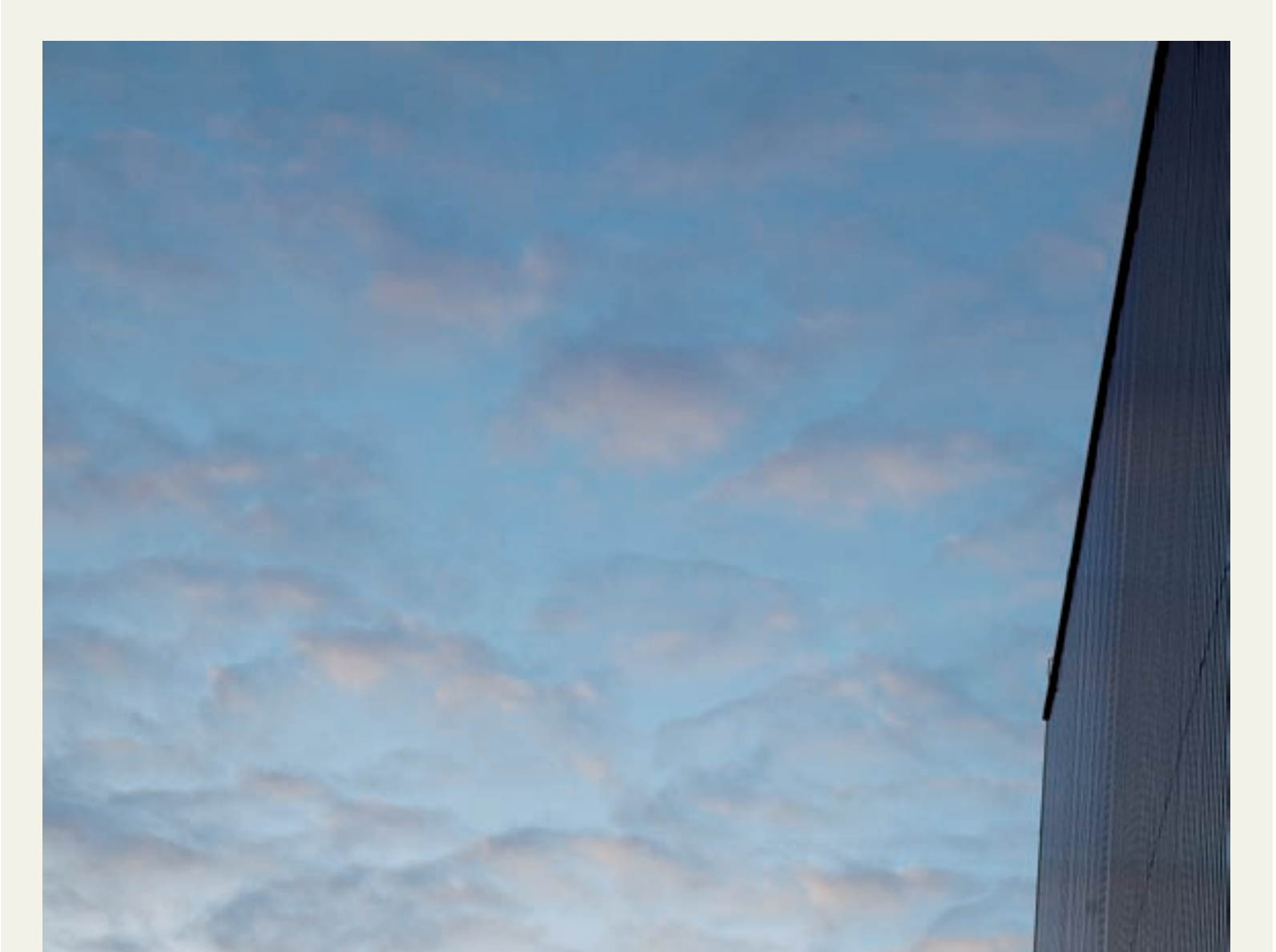
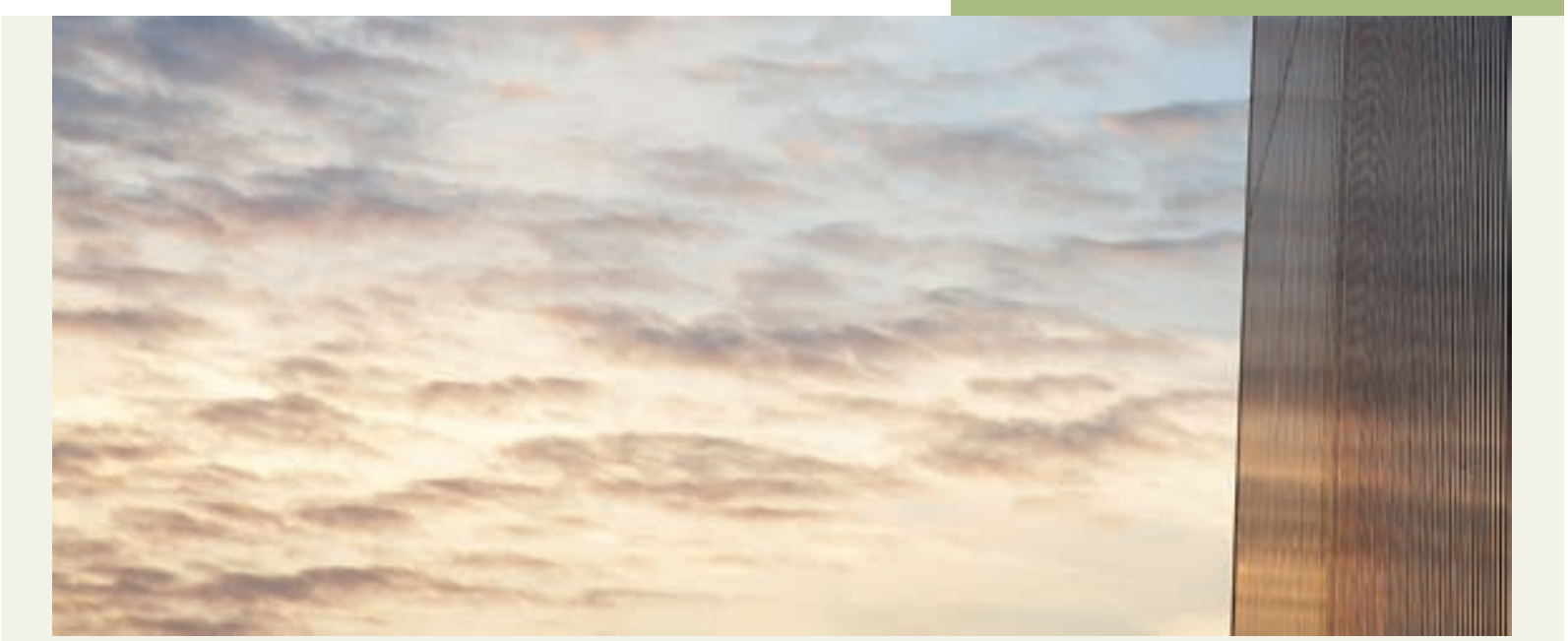




INFORME ANUAL _ ANNUAL REPORT



2009





DATOS RELEVANTES _ KEY DATA

VENTAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS
SALES BY GEOGRAPHICAL AREA

19%
Europa del Este y Rusia
Eastern Europe & Russia

40%
España _ *Spain*

41%
Europa Occidental y Central
Western & Central Europe



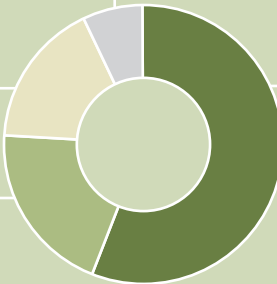
VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO
SALES BY PRODUCT

17%
Tuberías _ *Pipes*

20%
Yesos _ *Gypsum*

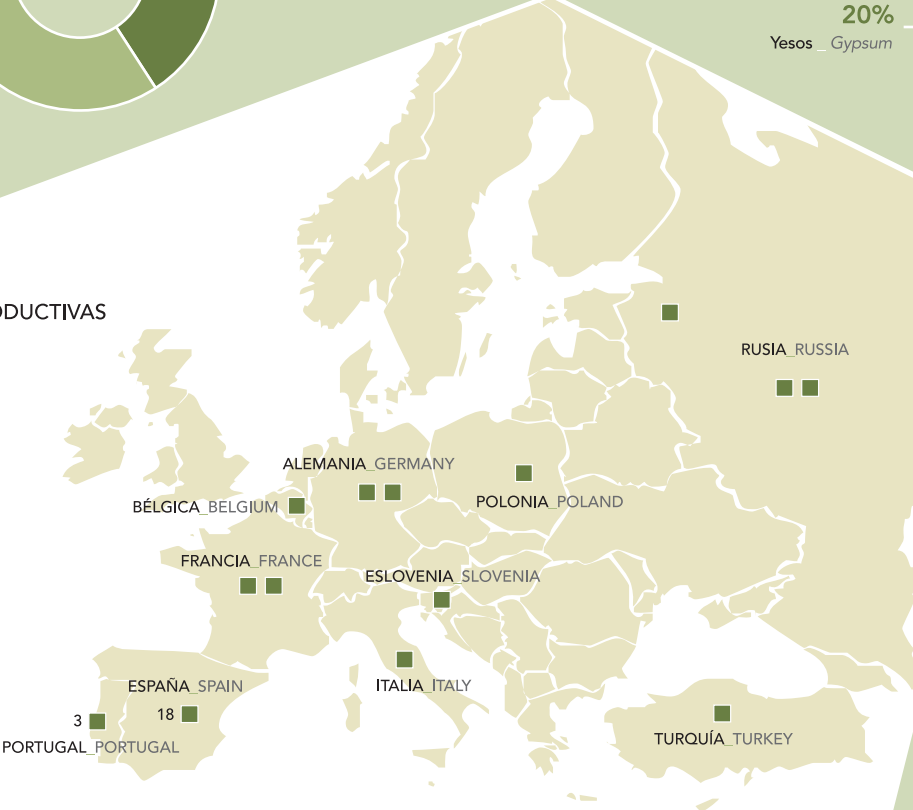
7%
Tejados _ *Roof Tiles*

56%
Aislantes _ *Insulation*



MAPA DE INSTALACIONES PRODUCTIVAS
A 31 DICIEMBRE 2009

MAP OF PLANT FACILITIES
AT DECEMBER 31ST 2009



DATOS
RELEVANTES
2009
KEY DATA

CIFRAS CLAVE _ KEY FIGURES

	2005	2006	2007	2008	2009
Ventas Totales (millones de euros) <i>Total Sales (million euros)</i>	1.104,60	1.005,2	1.094,9	1.007,0	704,7
Ventas fuera de España (%) <i>Sales outside Spain(%)</i>	49,0%	52,0%	53,0%	55,2%	59,9%
EBITDA (millones de euros) <i>EBITDA (million euros)</i>	150,5	178,2	224,0	162,4	102,5
Margen sobre Ventas (%) <i>EBITDA margin (%)</i>	13,6%	17,7%	20,5%	16,1%	14,5%
Resultado neto atribuido a la sociedad dominante (millones de euros) <i>Net profit alter tax and minority interests (million euros)</i>	35,2	47,3	85,4	40,3	10,1
Resultado neto por acción (euros) <i>Net income per share (euros)</i>	0,18	0,24	0,43	0,20	0,05
ROIC ⁽¹⁾	6,5%	12,0%	15,5%	10,6%	4,5%
Deuda neta (millones de euros) <i>Net debt (million euros)</i>	140,1	104,1	136,6	243,9	234,6
Pagos por inmovilizado material (millones de euros) <i>Capex (million euros)</i>	81,7	55,8	71,8	138,2	70,7
Dividendos devengados (euros/acción) <i>Dividends accrued (euros/share)</i>	0,11	0,24	0,43	0,10	0,032 ⁽²⁾
Plantilla a fin de año <i>Year-end headcount</i>	4.340	3.866	4.059	3.946	3.162

(1) ROIC = NOPLAT/Capital empleado medio. ROIC = NOPLAT/Average capital employed.
(2) Sujeto a la aprobación de la Junta General. Pending of approval at the General Shareholders' Meeting.



Índice _ Contents



Bodegas DARIEN (La Rioja), en la que se han instalado los productos aislantes de URALITA.
DARIEN winery (La Rioja, Spain), where URALITA Insulation products have been installed.

CARTA DEL PRESIDENTE

<i>LETTER FROM THE CHAIRMAN</i>	4
---------------------------------------	---

DESCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA

COMPANY DESCRIPTION

• Perfil de Uralita _ <i>Uralita profile</i>	12
• Posicionamiento de los productos _ <i>Products positioning</i>	14
• Órganos de Gobierno _ <i>Corporate Governance</i>	32

INFORME DE GESTIÓN CONSOLIDADO DE 2009

2009 CONSOLIDATED MANAGEMENT REPORT

• Resultados financieros _ <i>Financial results</i>	38
• Uralita en Bolsa _ <i>Uralita on the Stock Market</i>	44
• Avances en Responsabilidad Social Corporativa y Gobierno Corporativo <i>Progress in Corporate Social Responsibility and Corporate Governance</i>	48

INFORME DE GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS DE 2009

2009 DIVISIONS MANAGEMENT REPORT

• Aislantes _ <i>Insulation</i>	54
• Yesos _ <i>Gypsum</i>	60
• Tuberías _ <i>Pipes</i>	66
• Tejas _ <i>Roof Tiles</i>	72

Letter from the Chairman

Dear Shareholders,

The intense financial and economic crisis that began in 2008 continued and further expanded in 2009, significantly affecting the construction industry.

Faced with less activity, Uralita implemented in 2009 an ambitious improvement plan that enabled us, despite the significant sales drop, to achieve a 10 million net profit and reduce debt.

These results and Uralita's financial position allow us to maintain our shareholder remuneration policy with a payment of a €0.032 dividend per share (60% pay-out).

Our reaction to the highly challenging market was quick and determined

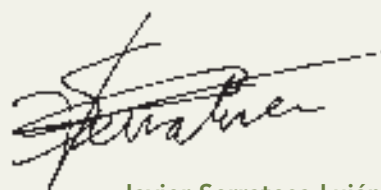
2009 will be remembered for the intensity of the financial and economic crisis and its impact on construction activity.

Demand for housing dropped in virtually every country where Uralita operates as a result of reduced demand (less consumer confidence, economic restrictions, high unemployment) and greater restrictions on banks financing. The drop was even worse in those countries with real estate excesses in the past and those with more volatile economies, such as in Eastern Europe.

Faced with this complex scenario, **Uralita reacted quickly and decisively**. In late 2008 we launched an ambitious and comprehensive improvement plan to **increase profitability and maximize cash flow generation**.

The plan was implemented successfully, exceeding all initially set goals:

- **Improve commercial management**, focusing on higher-profit customers and

Javier Serratosa Luján

PRESIDENTE DE URALITA

CHAIRMAN OF URALITA GROUP

Carta del Presidente

Señoras y señores accionistas,

La fuerte crisis financiera y económica que se inició en 2008 tuvo su continuación amplificada en 2009, afectando significativamente al sector de construcción.

Ante el menor nivel de actividad, Uralita implantó en 2009 un ambicioso plan de mejora que le permitió, a pesar de la fuerte caída de ventas, obtener un resultado positivo de 10 millones de euros y reducir la deuda en el conjunto del año.

Los resultados conseguidos y la posición financiera de Uralita nos permiten mantener nuestra política de retribución al accionista con el pago de un dividendo de 0,032 euros por acción ("pay-out" del 60%).

Un contexto de mercado muy complejo ante el que reaccionamos de forma rápida y contundente

El año 2009 será recordado por la fuerza de la crisis financiera y económica y el impacto que tuvo sobre la actividad de construcción.

La demanda de viviendas y en general de actividad del sector se redujo en prácticamente todos los países donde opera Uralita, tanto por la menor demanda de los consumidores -menor confianza en el futuro, restricciones económicas, mayor desempleo- como por las mayores restricciones a la financiación. Esta situación se vio acentuada en aquellos países con exceso de oferta inmobiliaria en el pasado y en aquellos con economías más volátiles, como los países de Europa del Este.

Ante este complejo contexto, Uralita reaccionó de forma rápida y contundente, y lanzó, ya a finales de 2008, un ambicioso plan de mejora integral con los objetivos de incrementar la rentabilidad y maximizar la generación de caja.

El plan se ejecutó exitosamente habiendo superado todos los objetivos inicialmente definidos:

- **Mejora de la gestión comercial**, enfocándonos en los clientes y productos de mayor rentabi-

products and launching new and more innovative products.

- **Adapt industrial network and personnel costs** to fit demand, primarily on the Iberian Peninsula. Eight factories were closed and personnel costs were reduced by 17%.
- **Reduce overhead costs.** All cost items were reviewed, achieving a total reduction of 33%.
- **Review investments,** both maintenance and growth, until demand recovers. Capex payments were 50% less than in 2008.
- **Active management of working capital** by reducing stock and improving customer payments, with a total cash generation of more than 85 million euros.

Despite the significant drop in sales, we managed to achieve a positive net result and to reduce debt

In this challenging context, Uralita achieved sales of 705 million euros, 30% less than in 2008. The drop in activity varied by geography: Western Europe, Uralita's top sales region, saw a 16% decrease, compared to a 38% drop in both Spain and Eastern Europe/Russia.

The significant cost reductions implemented enabled Uralita to obtain an EBITDA of 102.5 million euros and a **positive attributable net result of 10.1 million euros**. Although this implies a 75% drop from 2008, it is remarkable the fact of obtaining a positive net result in such a difficult year as 2009, with a severe drop in sales while also adapting to the new market situation.

Cash-flow generation was also positively affected by the improvement plan: even though we have significant non-recurrent payments -such as growth capex commitments and restructuring-, we managed to generate cash and **reduce debt by 9 million euros**. We maintain a **solid balance sheet** with a 2009 closing debt of 235 million euros (debt/EBITDA ratio of 2.3) without having to resort to exceptional measures such as capital increases or bond issues.

We remain committed to our shareholder remuneration and are increasing the pay-out to 60%

In a highly volatile stock market, Uralita's share price changed very little during 2009, closing at 4.08 euros - a mere 4% decrease from 2008 closing.

We remain committed to our shareholders remuneration. Therefore, in a year with low earnings such as 2009, we have decided to increase our normal pay-out from 30-40% to 60%, resulting in a dividend of 0.032 euros per share.

lidad y lanzando nuevos productos más innovadores

- **Adaptación de la red industrial y de los costes de personal** a la nueva situación de demanda, principalmente en la Península Ibérica. Se han cerrado ocho fábricas y se han reducido los costes de personal un 17%.
- **Reducción de costes fijos.** Se ha realizado una revisión generalizada de todas las partidas de costes, habiendo conseguido una reducción total del 33%.
- **Revisión de inversiones** tanto de mantenimiento como de crecimiento, hasta la recuperación de la demanda. El pago total de inversiones se redujo un 50% respecto a 2008.
- **Gestión activa del circulante**, tanto por reducción de existencias como por gestión de cobros de clientes, habiendo conseguido una generación de caja total por este concepto de más de 85 millones de euros.

A pesar de la fuerte caída en ventas, conseguimos un resultado neto positivo y reducir la deuda

En este difícil contexto, Uralita consiguió en 2009 unas ventas de 705 millones de euros, cifra un 30% inferior a la de 2008. La reducción de actividad fue diferente por geografía: en Europa Occidental, primera región por volumen de ventas de Uralita, la reducción fue del 16% frente al 38% de caída tanto en España como en Europa del Este/Rusia.

La significativa reducción de costes implantada permitió que, a pesar de la caída en ventas, Uralita alcanzara un Resultado Bruto de explota-

ción, EBITDA, de 102,5 millones de euros y un Resultado Neto Atribuible de 10,1 millones de euros. Aunque este último supone una reducción del 75% respecto a 2008, es importante destacar la relevancia de tener un resultado positivo en un año complejo como 2009 con la fuerte reducción de ventas y en pleno proceso de adaptación al nuevo contexto de mercado.

El plan de mejora tuvo también un importante efecto positivo en el flujo de caja de tal forma que, aunque tuvimos que incurrir aún en inversiones de crecimiento ya comprometidas y en el pago de las reestructuraciones acometidas, conseguimos acabar el año con una generación positiva de caja, **reduciendo la deuda en 9 millones de euros**. Gracias a ello, y sin tener que acudir a medidas excepcionales (como ampliaciones de capital o emisión de bonos) seguimos manteniendo una **sólida estructura de balance**, con una deuda a final de 2009 de 235 millones de euros lo que implica un ratio Deuda/EBITDA de 2,3 veces.

Seguimos comprometidos con la retribución a nuestros accionistas e incrementamos el "pay-out" hasta el 60%

En un mercado bursátil muy volátil, la acción de Uralita evolucionó con pocos cambios cerrando el ejercicio 2009 con una cotización de 4,08 euros, lo que supuso una reducción del 4% respecto al cierre de 2008.

Seguimos comprometidos con la retribución a nuestros accionistas, por lo que en un año de reducido resultado como 2009, hemos decidido incrementar nuestro compromiso normal de "pay-out" del 30-40% hasta el 60%, lo que implica un dividendo de 0,032 euros por acción.

We strongly believe in the future of our products focused on energy efficiency

Despite the significant drop in activity in 2009, we at Uralita remain completely confident about the medium and long-term potential of our products:

- **Energy efficiency.** The most effective way to reduce global energy consumption, and hence CO₂ emissions, is to improve the energy efficiency of buildings: buildings currently account for 40% of total energy consumption. Most of this energy can be saved and insulation is the most efficient means of achieving it.

European Union regulators are aware of the importance of energy efficiency in buildings. A new directive had been recently issued raising energy efficiency requirements for both new buildings and renovation of existing ones, and thus promoting insulating materials. The directive is being progressively implemented in member countries and promoted by national governments because of its positive impact on energy savings and jobs creation.

More than 70% of Uralita's product portfolio is directly related to energy efficiency, primarily through our insulation products and supplementary products used to install insulation in buildings: plasterboard for walls and tiles for roofing systems.

The rest of our portfolio focuses on water management, a limited resource

whose efficient management will be crucial in the future.

- **International diversification.** Our geographic positioning, with 60% of sales coming from outside Spain, makes us optimistic about the expected recovery of Central and Eastern Europe markets.
- **Operational efficiency.** Lastly, improvements implemented in 2009 has transformed us in a leaner and more efficient group. This will allow us to achieve greater profitability when demand recovers.

Despite the current limited visibility, we expect to see a recovery in international markets from the second half of 2010

Although the visibility on our markets is still limited, with the current macroeconomic prospects we expect to see the **beginnings of a recovery in the second half of 2010**, mainly in our international markets.

At Uralita, our priority for 2010 will be to develop sales by focusing on our leading products, strengthening the relationships with our customers and taking advantage of growth in some markets. At the same time, we will continue to actively manage costs and cash generation.

We look ahead with renewed enthusiasm to the challenges we will once again face in 2010. I would like to thank you one more year for your continued trust in us and to reiterate our firm commitment to generate value for our shareholders.

Creemos firmemente en el futuro de nuestros productos que apuestan por la eficiencia energética

A pesar de la reducción de actividad de 2009, en Uralita seguimos confiando plenamente en el potencial a medio y largo plazo de nuestros productos:

- **Eficiencia energética.** La forma más eficaz de reducir el consumo de energía global, y con ello la emisión de CO₂, es mejorar la eficiencia energética en edificios: en la actualidad los edificios suponen el 40% del consumo total de energía y la mayoría de ellos consumen energía en exceso. La mayoría de este consumo de energía se puede reducir y los aislantes son la forma más eficiente para conseguir este ahorro.

Todo ello está siendo contemplado por la Unión Europea que, recientemente, ha lanzado una nueva directiva que incrementa los requerimientos de eficiencia energética tanto para nuevos edificios como para renovación de los existentes y con ello impulsa el uso de aislantes. La directiva se está implantando progresivamente en los diferentes países y está siendo impulsada por los gobiernos nacionales tanto por el impacto positivo en ahorro energético como en generación de empleo.

Más del 70% del portafolio de los productos de Uralita están directamente relacionados con la eficiencia energética, principalmente a través de nuestros productos de aislantes y los productos complementarios en su instalación en los edificios: placa de yeso para paredes y tejas para sistemas de tejados.

El resto de nuestro portafolio está orientado a la gestión del agua, recurso escaso cuya gestión eficiente será clave en el futuro.

- **Diversificación internacional.** Nuestro posicionamiento geográfico, con un 60% de ventas fuera de España, nos hace ser optimistas ante la recuperación de los mercados en Europa Central y Europa del Este.
- **Eficiencia operativa.** Por último, las mejoras implantadas en 2009 nos permiten ser un grupo más eficiente lo que nos ayudará a conseguir una mayor rentabilidad cuando la demanda se recupere.

Dentro de la limitada visibilidad actual, esperamos ver una recuperación de los mercados internacionales a partir del segundo semestre de 2010

Respecto a 2010, y si bien la visibilidad en los mercados es aún limitada, con las perspectivas macroeconómicas actuales esperamos un **inicio de recuperación en la segunda parte del año** gracias a las ventas en mercados internacionales.

Durante 2010 en Uralita nuestra prioridad será empujar las ventas apoyándonos en nuestros productos líderes, estrechando la relación con nuestros clientes y aprovechando el crecimiento de algunos mercados. En paralelo, continuaremos gestionando activamente los costes y la generación de caja.

Con ilusión renovada ante los retos que volveremos a afrontar en 2010, quiero agradecerles un año más la confianza que siguen depositando en nosotros y reiterarles nuestro firme compromiso de seguir generando valor para nuestros accionistas.



Descripción de la Compañía

Company description



Perfil de Uralita

Uralita profile

Posicionamiento de
los productos

Products positioning

Órganos de Gobierno

Corporate Governance

Perfil de Uralita

Uralita profile

Uralita es grupo multinacional de materiales de construcción orientados a la sostenibilidad ya sea a través de la mejora de la eficiencia energética en edificios o de la gestión eficiente del agua.

El grupo es uno de los líderes del negocio de Aislantes en Europa e igualmente ostenta posiciones de liderazgo en el resto de sus productos, principalmente en la Península Ibérica: Yesos, Tuberías y Tejas.

En 2009, la cifra de negocios de Uralita 2009 fue de 705 millones de euros, de los que un 41% se realizó en Europa Occidental y Central, un 40% en España y un 19% en Europa del Este y Rusia.

Uralita cuenta con 33 fábricas en diez países diferentes y presencia en más de 20 países a través de una plantilla de más de 3.100 empleados. Después de la reestructuración acometida en 2009, Uralita ha conseguido un alto nivel de eficiencia operativa lo que le permitirá conseguir una mayor rentabilidad ante la esperada recuperación de la demanda.

El grupo cotiza en el mercado continuo de las Bolsas Españolas y tiene su sede social en Madrid.

Uralita is a multinational group of building materials oriented towards sustainability, either through the improvement of energy efficiency in buildings, or through efficient water management.

The group is one of the key European players in the insulation business arena and it also holds leading positions in its other businesses, mainly in the Iberian Peninsula: Gypsum, Pipes and Roof Tiles.

In 2009, Uralita's turnover was 705 million euros, of which 41% were generated in Western and Central Europe, 40% in Spain and 19% in Eastern Europe and Russia.

Uralita has 33 production plants in ten different countries and is present in over 20 countries with a workforce of 3,100 employees. After the restructuring process undertaken in 2009, Uralita has achieved a high operational efficiency level that will allow the group to increase its profitability when the expected demand recovery of the takes place.

The group is listed on the Spanish stock exchanges and its headquarters are located in Madrid.

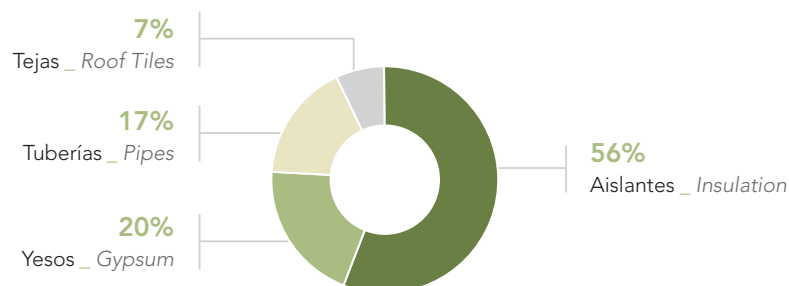
POSICIONAMIENTO POR PRODUCTO _ MARKET POSITIONING BY PRODUCT

		Península Ibérica Spain & Portugal	Europa _ Europe
EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS ENERGY EFFICIENCY IN BUILDINGS	Aislantes _ Insulation		
	Lana de vidrio _ Glass wool	Segundo _ 2nd	Segundo _ 2nd
	XPS _ XPS	Líder _ 1st	Segundo _ 2nd
	Yesos _ Gypsum		
	Placa de yeso _ Plasterboard	Líder _ 1st	
GESTIÓN EFICIENTE DEL AGUA EFFICIENT WATER MANAGEMENT	Yeso en polvo _ Gypsum plaster	Segundo _ 2nd	
	Tejas _ Roof tiles	Líder _ 1st	
	Tuberías y Piezas de plástico Plastic pipes and fittings	Líder _ 1st	

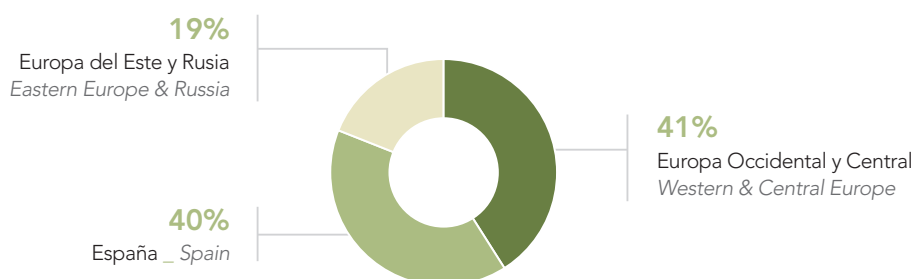
MAPA DE INSTALACIONES PRODUCTIVAS _ MAP OF PLANT FACILITIES



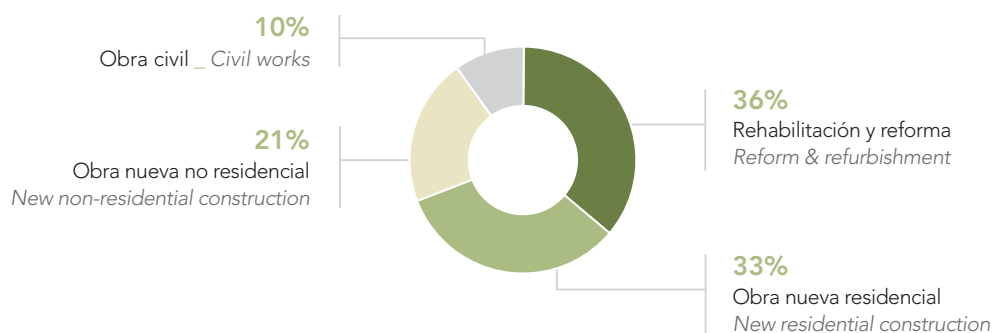
VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO _ SALES BY PRODUCT



VENTAS POR ZONA _ SALES BY GEOGRAPHICAL AREA

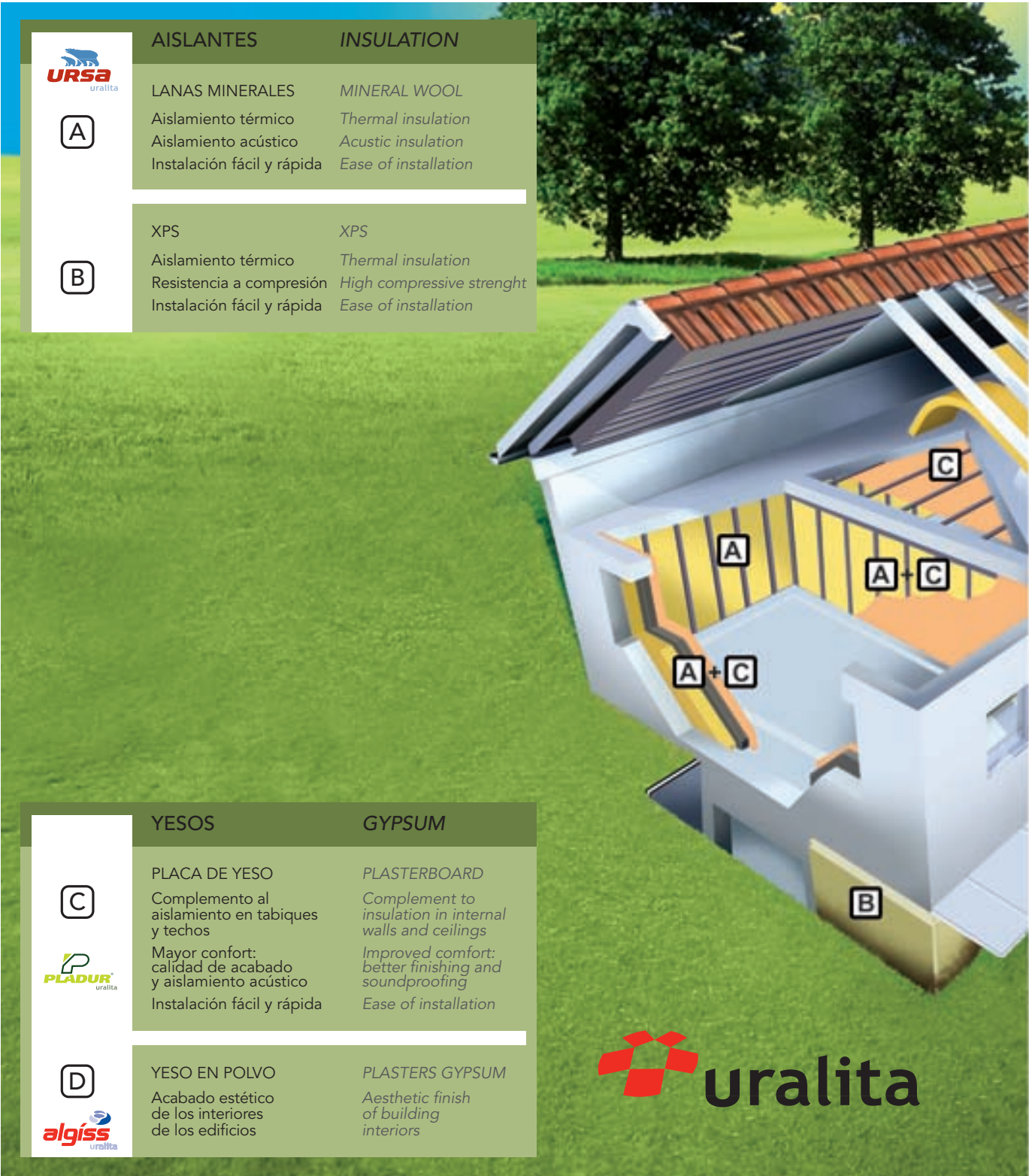


VENTAS POR SEGMENTO _ SALES BY SEGMENT



Products positionning

In recent years, Uralita has positioned itself in products that foster environmental sustainability by improving **ENERGY EFFICIENCY IN BUILDINGS** and **EFFICIENT WATER MANAGEMENT**



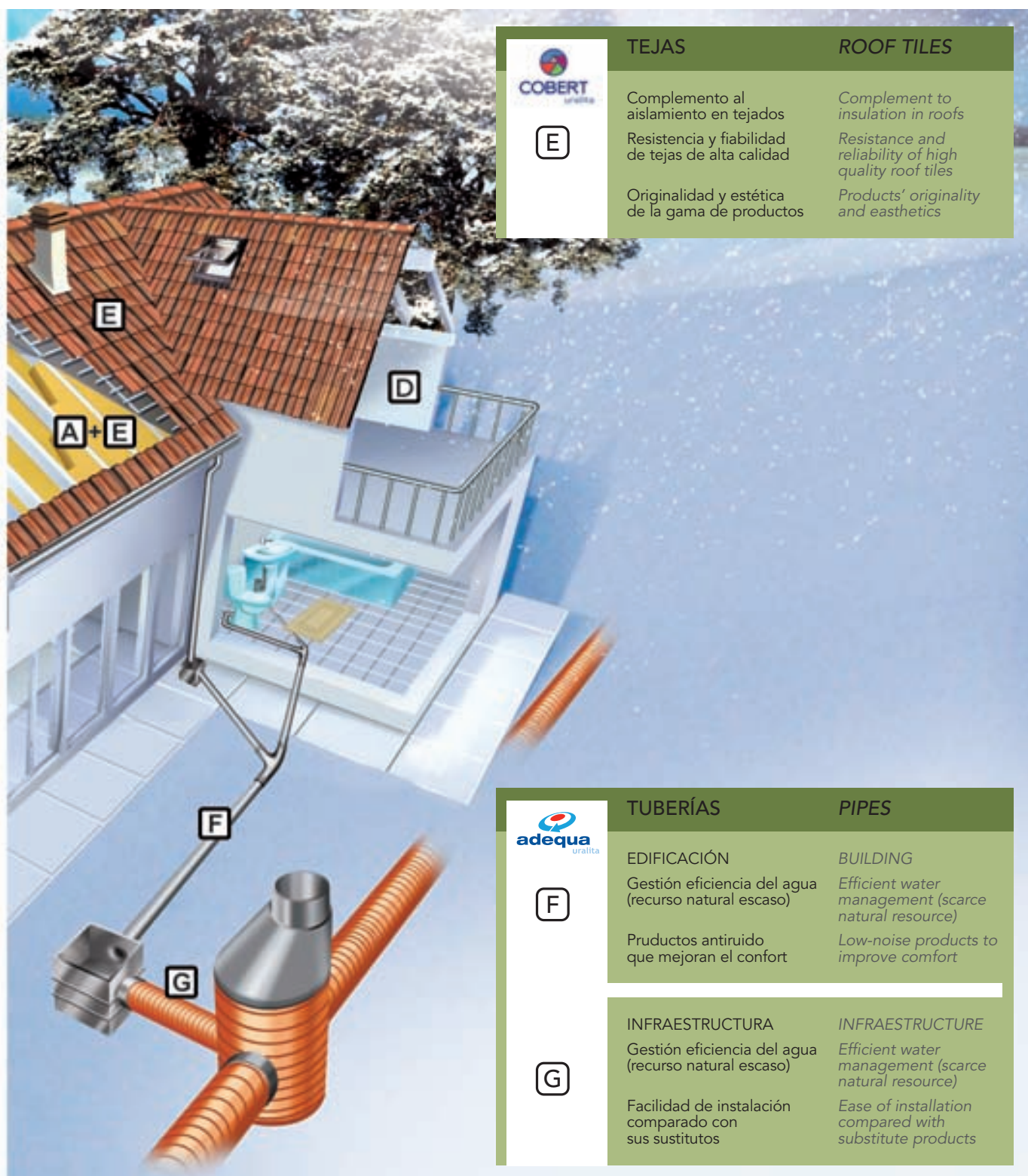
	AISLANTES	INSULATION
	LANAS MINERALES	MINERAL WOOL
A	Aislamiento térmico Aislamiento acústico Instalación fácil y rápida	Thermal insulation Acoustic insulation Ease of installation
B	XPS Aislamiento térmico Resistencia a compresión Instalación fácil y rápida	XPS Thermal insulation High compressive strenght Ease of installation

	YESOS	GYPSUM
C	PLACA DE YESO Complemento al aislamiento en tabiques y techos Mayor confort: calidad de acabado y aislamiento acústico Instalación fácil y rápida	PLASTERBOARD Complement to insulation in internal walls and ceilings Improved comfort: better finishing and soundproofing Ease of installation
D	YESO EN POLVO Acabado estético de los interiores de los edificios	PLASTERS GYPSUM Aesthetic finish of building interiors



Posicionamiento de los productos

Uralita se ha posicionado en los últimos años en productos que favorecen la sostenibilidad medioambiental a través de la mejora de la **EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS** y de la **GESTIÓN EFICIENTE DEL AGUA**



	TEJAS	ROOF TILES
 E	Complemento al aislamiento en tejados Resistencia y fiabilidad de tejas de alta calidad Originalidad y estética de la gama de productos	<i>Complement to insulation in roofs</i> <i>Resistance and reliability of high quality roof tiles</i> <i>Products' originality and easthetics</i>

	TUBERÍAS	PIPES
 F	EDIFICACIÓN Gestión eficiencia del agua (recurso natural escaso) Productos antiruido que mejoran el confort	<i>BUILDING</i> <i>Efficient water management (scarce natural resource)</i> <i>Low-noise products to improve comfort</i>
G	INFRAESTRUCTURA Gestión eficiencia del agua (recurso natural escaso) Facilidad de instalación comparado con sus sustitutos	<i>INFRAESTRUCTURE</i> <i>Efficient water management (scarce natural resource)</i> <i>Ease of installation compared with substitute products</i>

Eficiencia energética en edificios *Energy efficiency in buildings*

1. ¿Por qué es importante la eficiencia energética en edificios?

Una parte importante de la respuesta al gran desafío energético y medioambiental global -demanda energética creciente y calentamiento global- radica en la mejora de la eficiencia energética (reducir el consumo sin reducir el confort) en edificios, al ser éstos la principal fuente de consumo y presentar el mayor potencial de ahorro energético.

1. Why is energy efficiency in buildings important?

An important aspect of the response to the great global energy and environmental challenge -growing energy demand and global warming- is to improve energy efficiency (reducing consumption without reducing comfort) in buildings, as these are the main sources of energy consumption and offer the greatest energy savings potential.

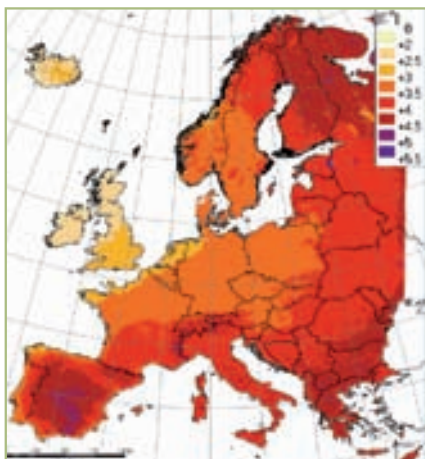
LOS DESAFÍOS ENERGÉTICOS Y MEDIOAMBIENTALES REQUIEREN REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO

El fuerte incremento de consumo de energía (estimado en un 30%¹ entre 2010 y 2030) a nivel mundial supone un reto importante tanto por las reservas de combustibles, que muestran síntomas de agotamiento y están localizadas en un número muy reducido de países, como por su impacto en el calentamiento global, resultado del CO₂ emitido en la generación de energía con combustibles fósiles.

ENERGY AND ENVIRONMENTAL CHALLENGES MAKE IT NECESSARY TO REDUCE ENERGY CONSUMPTION

The growing global demand for energy (30%¹ estimated growth, between 2010 and 2030) represents a big challenge, both because the reserves of conventional energy sources are showing signs of depletion and are located in a reduced number of countries, and because of its impact on global warming, coming from CO₂ emissions produced by generating energy from fossil fuels.

CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO (HASTA 2020): VARIACIÓN DE LA TEMPERATURA MEDIA CONSEQUENCES OF CLIMATE CHANGE (UNTIL 2020): VARIATION OF AVERAGE TEMPERATURE



Sequías
Droughts



Incendios
Fires



Inundaciones
Floods



Derretimiento
de los Polos
Melting Poles

¹ Fuente: World Energy Outlook 2008 _ ¹ Source: World Energy Outlook 2008

Para combatir esta problemática medioambiental, el **primer objetivo** por orden de actuación debe ser **reducir el consumo de energía**: la energía más sostenible es aquella que no se consume. Para ello, es necesario introducir **mejoras de eficiencia energética** que permitan reducir el consumo de energía manteniendo a la vez el nivel de confort.

Una vez reducido el consumo de energía, el **segundo objetivo** debe ser **incrementar la generación** de la misma a través de **fuentes de energía renovables**, sin limitaciones de reservas y sin emisión asociada de CO₂.

Y finalmente, teniendo en cuenta que muy probablemente no toda la energía podrá provenir de fuentes renovables, el **tercer objetivo** debe ser producir y consumir la **energía remanente producida con combustibles fósiles** de la manera más **eficiente** posible.

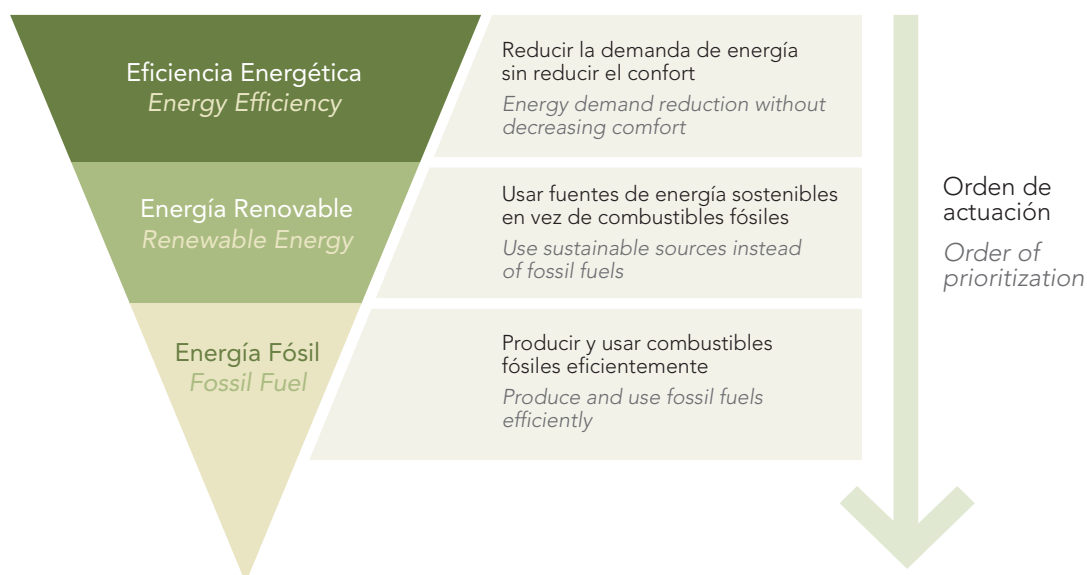
*To address these environmental issues, the **first goal** must be to **reduce energy consumption**: the most sustainable energy is that which is not consumed. To do so, it is necessary to implement **energy efficiency improvement measures** to reduce energy consumption while maintaining comfort levels.*

*Once energy consumption has been reduced, the **second goal** must be to **increase the amount generated** from **renewable energy sources**, which have neither reserves limitations nor associated CO₂ emissions.*

*Lastly, as it is highly unlikely that all energy could be obtained from renewable sources, the **third goal** must be to produce and consume as **efficiently** as possible the **energy still produced using fossil fuels**.*

LA ACTUACIÓN SOBRE LA ENERGÍA DEBE PARTIR DE UN CONSUMO EFICIENTE

ENERGY MANAGEMENT MUST BEGIN WITH AN EFFICIENT USAGE



PARA CONTENER EL CONSUMO DE ENERGÍA ES PRIORITARIO MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS

Contrariamente a la opinión popular, **la mayor parte del consumo energético se produce en edificios**: en el caso de la Unión Europea un 40% del total de energía se consume en edificios, frente a un 32% en transporte y un 28% en el sector industrial.

Según estimaciones de la Comisión Europea¹, **en los edificios se encuentra la mayor fuente potencial de ahorro**: hasta 2020 es posible no solo contener el consumo total de energía sino incluso reducirlo un 14% (188 millones de toneladas equivalentes de petróleo). Pues bien, del total del ahorro un 58% provendrá potencialmente de actuaciones sobre edificios, frente a un 33% que lo hará del sector del transporte y un 9% de la industria.

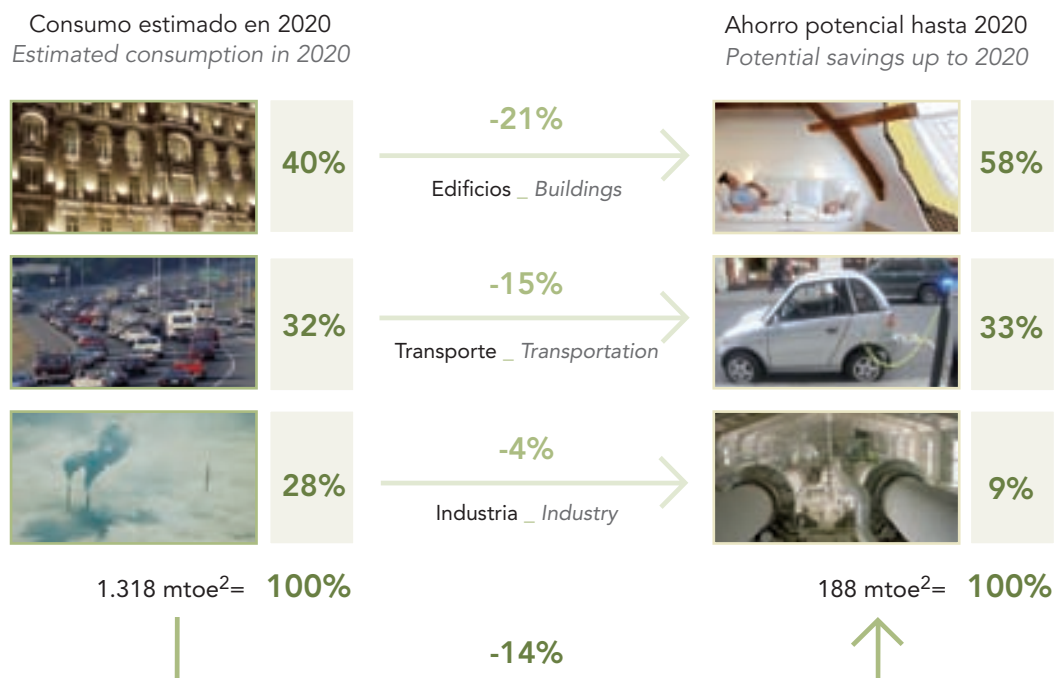
EL MAYOR CONSUMO ACTUAL DE ENERGÍA Y EL MAYOR POTENCIAL DE AHORRO SE ENCUENTRA EN LOS EDIFICIOS

BUILDINGS ACCOUNT FOR THE LARGEST CURRENT CONSUMPTION AND ENERGY SAVINGS POTENTIAL

IN ORDER TO LIMIT ENERGY CONSUMPTION, TAKING ACTION TO IMPROVE ENERGY EFFICIENCY IN BUILDINGS IS A TOP PRIORITY

Contrary to popular opinion, the majority of energy consumption comes from buildings: in the European Union, 40% of all energy is consumed in buildings, compared to 32% in transport and 28% in industries.

According to European Commission estimates¹ buildings hold the greatest potential source of savings: until 2020 it is not only possible to contain the total energy consumption but also to reduce it by 14% (equivalent to 188 million tonnes of oil). And, out of the total savings, 58% will potentially come from building-related actions, compared to 33% from transportation and 9% from industry.



¹ Fuente: Comisión Europea "El poder del ejemplo: La evolución de las políticas de cambio en la Unión Europea hasta 2020"

¹ Source: European Commission, "The power of example: The evolution of climate change policies in the European Union up to 2020"

² Millones de toneladas equivalentes de petróleo. Fuente: Eurima _ Million tonnes of oil equivalent. Source: Eurima

2. ¿Qué papel juega el aislamiento en la mejora de la eficiencia energética en edificios?

El aislamiento es la solución más eficaz y eficiente para mejorar la eficiencia energética

2. What role does insulation play in improving energy efficiency in buildings?

Insulation is the most effective and efficient solution for improving energy efficiency

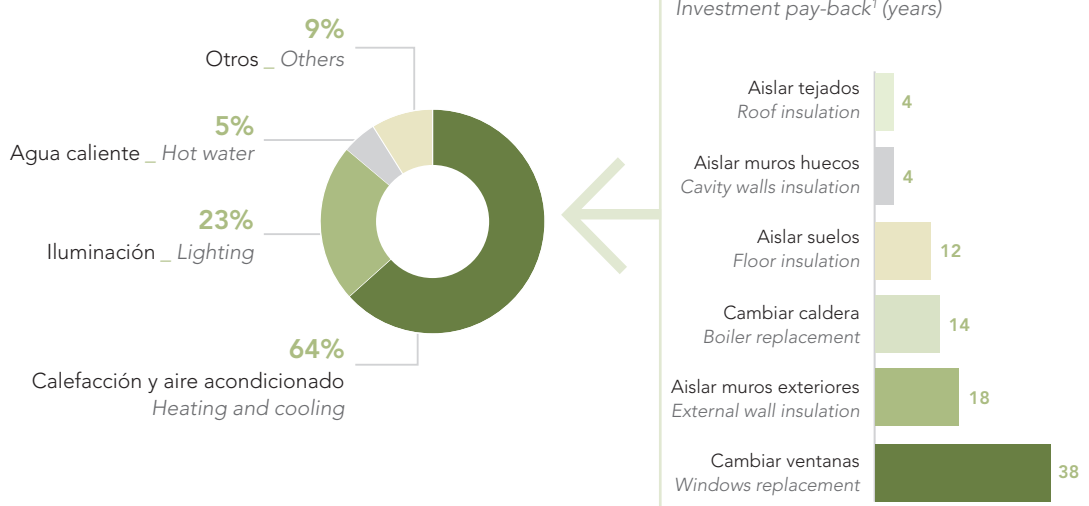
La mayor parte de la energía consumida en edificios se utiliza para calefacción y aire acondicionado: en total un 64% frente a un 23% en iluminación, un 5% en agua caliente y un 9% en el resto. Por ello, para reducir el consumo energético en edificios es clave el papel de productos que mejoren la eficiencia en la gestión del frío y el calor: aislantes, ventanas, calderas, etc.

Heating and air conditioning accounts for 64% of the energy consumed in buildings, much bigger than the 23% of lighting, 5% of hot water and 9% of other items. For this reason, products that improve heating and cooling efficiency (insulating materials, windows, boilers, etc.,) play a crucial role.

Dentro de los diferentes productos que mejoran el consumo de energía en edificios, los aislantes son los más eficaces y los que proporcionan unos retornos económicos más rápidos respecto a la inversión realizada.

Insulating materials are the most effective products to reduce energy consumption in buildings, providing the fastest return on investment.

UTILIZACIÓN DE LA ENERGÍA DENTRO DE LOS EDIFICIOS Y MÉTODOS DE REDUCCIÓN ENERGY USE IN BUILDINGS AND MEANS OF REDUCTION



1. Medida implantada de manera independiente _ 1. Measure adopted independently
Fuente: Eurima, Ecofys _ Source: Eurima, Ecofys

De hecho, la utilización de aislantes presenta ventajas tanto desde el punto de vista de económico como medioambiental:

- Desde el punto de vista económico, por ejemplo la inversión de instalar aislamiento en un tejado se recupera en cuatro años gracias a los ahorros en consumo de energía. Y considerando la vida útil de la instalación, el retorno total de la inversión sería de 7 euros por cada euro invertido¹.

In fact, the use of insulating materials offers both financial and environmental advantages:

- *In financial terms, the payback of installing roof insulation is four years due to savings in energy consumption. Taking the useful life of the insulation into account, the total return on investment would be seven euros for every euro invested³.*

EFICIENCIA ECONOMICA DEL AISLAMIENTO: COSTE Y BENEFICIO DE AISLAR EL TEJADO DE UNA VIVIENDA UNIFAMILIAR
INSULATION COST EFFECTIVENESS: COST BENEFIT ANALYSIS OF INSULATING A DETACHED HOUSE



- Desde el punto de vista medio-ambiental, durante la vida útil del producto, por cada unidad de energía y por cada tonelada de CO₂ necesarias para producir, transportar e instalar aislante se ahorran 243 unidades de energía y 121 toneladas de CO₂ respectivamente².

- *In environmental terms, for each unit of energy and each tonne of CO₂ required to produce, transport and install insulating materials, 243 units of energy and 121 tonnes of CO₂ are saved² during the useful life of the product.*

EFICIENCIA ENERGÉTICA Y MEDIOAMBIENTAL DEL AISLAMIENTO
ENERGY AND ENVIRONMENTAL INSULATION EFFICIENCY



¹ Fuente: estudio independiente de la consultora Ecofys. _ Source: independent study by the consulting firm Ecofys.
² Fuente: Forschungszentrum de Karlsruhe _ Source: Forschungszentrum of Karlsruhe.
³ Incluye producción, transporte e instalación. Fuente: Forschungszentrum de Karlsruhe
³ Including the production, transport and installation. Source: Forschungszentrum of Karlsruhe.

3. ¿Qué están haciendo los gobiernos respecto a la eficiencia energética en edificios?

Las autoridades europeas están impulsando activamente la mejora de la eficiencia en edificios a través de legislación e incentivos, tanto en viviendas nuevas como en el parque existente de edificios, lo que resultará en un incremento importante de la demanda de aislamiento.

3. What are governments doing with regard to energy efficiency in buildings?

European authorities are actively promoting energy efficiency improvements in buildings through legislation and incentives for both new housing and existing ones. This will result in a significant increase in future demand for insulation.

Las autoridades europeas son conscientes de la importancia de la eficiencia energética en edificios y por ello están desarrollando iniciativas legislativas y regulatorias y programas de incentivos orientados a su mejora. Así, la Unión Europea ha desarrollado legislación concreta sobre la eficiencia energética en edificios siendo principalmente destacable la Directiva Europea de Rendimiento Energético de Edificios (EPBD) que establece, entre otros criterios, los estándares mínimos de rendimiento energético tanto para nuevos edificios como para las renovaciones a acometer en los edificios ya existentes.

El desarrollo de esta directiva es clave para el futuro de los países de la Unión Europea, no solo por reducir el consumo energético (menor gasto, menor dependencia exterior) sino por el impacto positivo en la economía y en el empleo.

European authorities are fully aware of the importance of energy efficiency in buildings and are developing legislation, regulations, and incentive schemes to improve it.

The European Union has drafted specific legislation on energy efficiency in buildings. Of special note is the European Energy Performance of Buildings Directive (EPBD), which establishes, among others, the minimum performance standards of new buildings and renovation carried out in existing ones.

Implementing this directive is crucial for the future of European Union countries, not only because it will reduce energy consumption (lower costs, less dependence on foreign sources), but also because of the positive impact on the economy and the employment.

CONTENIDOS E IMPACTO DE LA EPBD AMPLIADA _ CONTENTS AND IMPACT OF THE REVISED EPBD



Fuente _ Source: Eurima.

Fruto de este interés, la EPBD fue revisada en noviembre de 2009, siendo dos las medidas que principalmente impactarán muy positivamente en la utilización de aislantes a futuro:

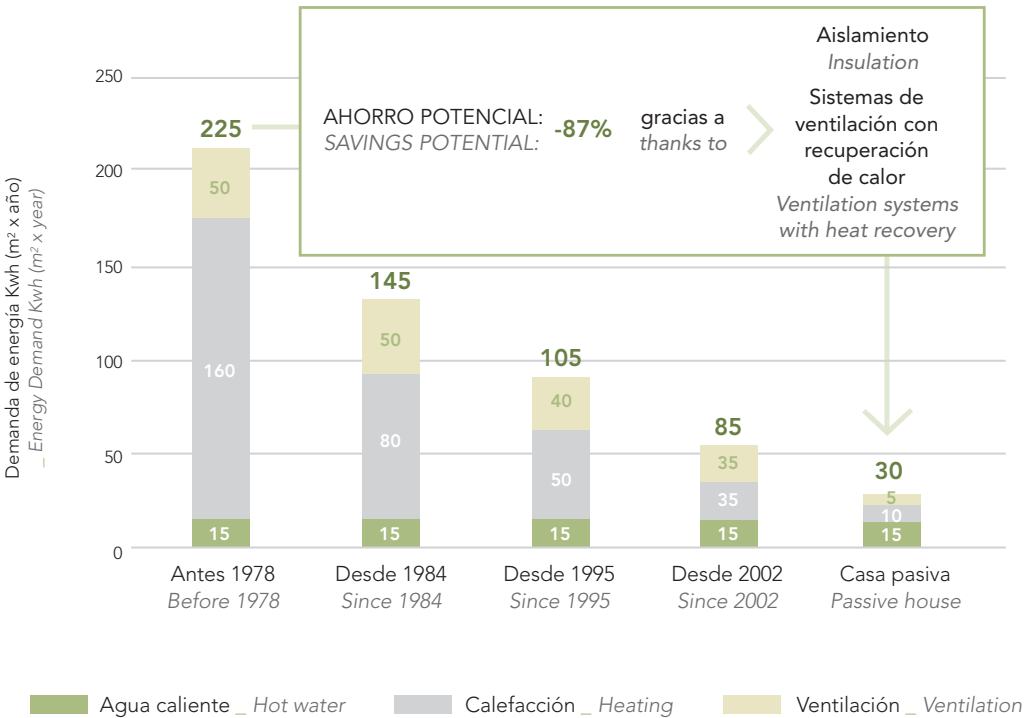
- Obligación de cumplir los requisitos de eficiencia energética en la reforma de todos los edificios (anteriormente no afectaba a aquellos menores de 1.000 m²). Estos edificios representan el 71% del potencial de ahorro energético total.
- Obligación de que a partir de 2018, para edificios públicos, y 2020 para edificios residenciales, los edificios de nueva construcción sean prácticamente no consumidores de energía ("casas pasivas"), mediante la combinación de aislamiento muy eficaz y sistemas de ventilación con altos niveles de recuperación eficiente de calor.

Because of its importance, the EPBD was revised in November 2009, setting more ambitious energy efficiency goals. There are two measures which will have an especially positive impact on the future use of insulating materials:

- The obligation to comply with energy efficiency requirements on all building renovations (previously, those smaller than 1,000 m² were not affected.) These buildings represent 71% of total potential energy savings.
- As of 2018 for public buildings and 2020 for residential ones, new buildings must consume virtually no energy ("passive houses"). This will be achieved through a combination of very effective insulation and ventilation systems with highly efficient heat recovery.

HACIA LA CASA ENERGÉTICAMENTE PASIVA

TOWARDS ENERGY PASSIVE HOUSES



Fuente _ Source: Passivhaus

En paralelo a la legislación europea, diferentes países de la U.E. están implantando programas de estímulo e incentivo para la mejora de la eficiencia energética en edificios.

Along with the European legislation, different EU countries are implementing stimulus and incentive schemes to improve energy efficiency in buildings.

SELECCIÓN DE INICIATIVAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EDIFICIOS DE PAÍSES DE LA U.E.

SELECTION OF BUILDINGS ENERGY EFFICIENCY INITIATIVES BEING IMPLEMENTED BY E.U. MEMBER STATES

País _ Country	Regulación _ Regulation	Descripción _ Description
Alemania Germany	KfW-CO2-Gebaudesaniierungsprogramm	- Inversión realizada: €9.800 millones destinados a promover la eficiencia energética de edificios en 2009 <i>Investment made: €9.8 bn to promote energy efficiency in buildings in 2009</i> - Impacto conseguido: mejora de la eficiencia energética de unos 2,7 millones de viviendas entre 1990 y 2008 <i>Impact achieved: energy efficiency of 2.7 million homes has been improved between 1990 and 2008</i>
	Konjunkturpaket I & II (2009 -2011)	Inversión de €3.000 millones en medidas que promuevan la eficiencia energética en edificios <i>€3 bn. Investment in measures that improve energy efficiency in buildings</i>
Francia France	Ley de Compromiso Nacional con el Medio ambiente (Grenelle 2) <i>National Commitment with the Environment Law (Grenelle 2)</i>	- Objetivo de renovación de todos los edificios públicos antes de 2015 (12% del parque total) <i>Target to renovate of all public buildings by 2015 (12% of total stock)</i> - Renovación de 800.000 viviendas de alquiler público de rentas bajas <i>Upgrade 800,000 low-rent housing stock</i> - Introducción de mecanismos para la reforma de edificios privados (ventajas fiscales, esquemas de financiación innovadores, etc.) <i>Introduction of mechanisms to promote private buildings renovation (tax incentives, innovative financing schemes, etc.)</i>
Reino Unido UK	Objetivo de Reducción de las Emisiones de Carbono 2008-2011 <i>Carbon Emission Reduction Target (CERT) 2008-2011</i>	- Establecimiento de una obligación a los proveedores de energía de reducir el consumo de sus clientes <i>Setting of energy supplier's obligation to achieve energy savings in its customer's consumption</i> - Tercer programa en marcha con objetivo de doblar el impacto del programa anterior <i>Third program in place aiming to double previous programming impact</i> - Impacto previsto: aislar seis millones de viviendas hasta 2011 <i>Estimated impact: six million dwellings to be insulated by 2011</i> - El aislamiento es la principal medida utilizada <i>Insulation is the preferred measure</i>
España Spain	Plan Estatal de Vivienda y Rehabilitación 2009-2012 <i>National residential renovation plan 2009-2012</i>	- Renovación de 470.000 viviendas en cuatro años <i>Renovation of 470,000 dwellings in four years</i> - Inversión: 2.000 millones de euros en subvenciones y financiación adicional a través del ICO <i>Investment: two billion euros worth of subsidies and public financing provided</i> - Impacto estimado: creación de 300.000 empleos <i>Estimated impact: creation of 300,000 jobs</i>

Fuente: Gobierno Federal Alemán; Departamento de Energía y Cambio Climático del Reino Unido; Ministerio de Vivienda de España; Ministerio de Ecología, Energía, Desarrollo Sostenible y del Mar.

Source: German Federal Government; Department of Energy and Climate Change of UK; Spanish Housing Ministry; Ministry of Ecology, Energy and Sustainable Development and the Sea.

Igualmente, en otros países de Europa del Este y en Rusia se está desarrollando una concienciación creciente hacia el uso de aislantes, y en general hacia medidas de ahorro energético, ya que cuentan con un parque de viviendas insuficientemente aisladas, sufren de climatologías muy frías y están experimentando incrementos significativos en los costes energéticos.

Additionally, in Eastern European countries and Russia, there is a growing awareness of the use of insulating materials and energy saving measures in general. These countries have very cold climates and a housing stock which is not sufficiently insulated, in a context of increasing energy costs.

Por ejemplo en Rusia, la Duma ha aprobado una ley de ahorro energético en los edificios, que ya se ha implantado en algunas regiones; por ejemplo, en Moscú se van a reconstruir 14.000 edificios con el objetivo de reducir un 30% su consumo a través de la inversión de más de 12.000 millones de euros.

For instance, the Russian Duma has passed an energy savings law for buildings, which has already been implemented in some regions. In Moscow, for example, 14,000 buildings are to be rebuilt at a cost of 12,000 million euros, with the aim of reducing their consumption by 30%.

Es complejo hacer una estimación del impacto que todas estas medidas tendrán en la utilización de productos que mejoran la eficiencia energética en edificios como los aislantes. En 2008, Exane BNP hizo una estimación del potencial de crecimiento en la utilización de materiales principalmente por renovación de edificios (considerando crecimiento cero en nueva construcción): la conclusión es que a medio-largo plazo, la demanda de aislantes, entre otros productos, crecerá en Europa a ritmos aproximados del 6%, doblando el mercado prácticamente su volumen cada 12 años.

It is difficult to estimate the impact that all of these measures will have on the use of products to improve energy efficiency in buildings, like insulating materials. In 2008, Exane BNP estimated the growth potential for these materials, considering mainly the renovation activity (that is, with zero growth in new construction). The conclusion was that in the medium and long term, European demand for insulating materials, among other products, will grow at a rate of around 6%, with the market virtually doubling in volume every 12 years.

ESTIMACIÓN DE CRECIMIENTO DEL MERCADO DE PRODUCTOS RELACIONADOS CON EFICIENCIA ENERGÉTICA

GROWTH ESTIMATION OF THE MARKET OF ENERGY EFFICIENCY RELATED PRODUCTS

HIPÓTESIS DE CRECIMIENTO DE DEMANDA (2008-2040) DEMAND GROWTH ASSUMPTIONS (2008-2040)

- Edificios residenciales nuevos: 0%
New residential buildings: 0%
- Edificios no residenciales nuevos: 2%
New non-residential buildings: 2%
- Reforma: 5,5%
Renovation: 5.5%

(230 millones de hogares en Europa, de los cuales el 75% precisan reforma)
(230 million dwellings existing in Europe of which 75% need renovation)

Crecimiento anual compuesto 3,5%
CAGR growth 3.5%

MÁS VOLUMEN POR MAYORES REQUISITOS REGULATORIOS MORE VOLUME DUE TO HIGHER REGULATORY REQUIREMENTS

Aislante *Insulation*

Producto con mayor impacto
Most impacted product

p.ej. Doblar espesor de aislante
e.g. Doubling insulation thickness

Cristales *Flat glass*

Segundo producto con más impacto
Second most impacted product

p.ej. Pasar a doble acristalamiento
e.g. From single to double glazed windows

Crecimiento anual compuesto adicional 2,5%
Additional CAGR growth 2.5%

Crecimiento anual compuesto 2008 -2040 ~6%
CAGR 2008-2040 ~6%

El mercado duplica su tamaño cada 12 años
Every 12 years the market will double

Fuente _ Source: EXANE BNP Paribas; "Energy efficiency: short-term buffer, long-term driver" 2008

4. ¿Qué productos de Uralita mejoran la eficiencia energética en edificios?

Uralita cuenta con los mejores materiales aislantes, así como con los mejores productos complementarios -placa de yeso y tejas- para las soluciones constructivas donde se instala el aislamiento.

4. What Uralita products improve energy efficiency in buildings?

Uralita offers the best insulating materials, as well as the best accessory products -plasterboard and tiles- for construction solutions which include insulation.

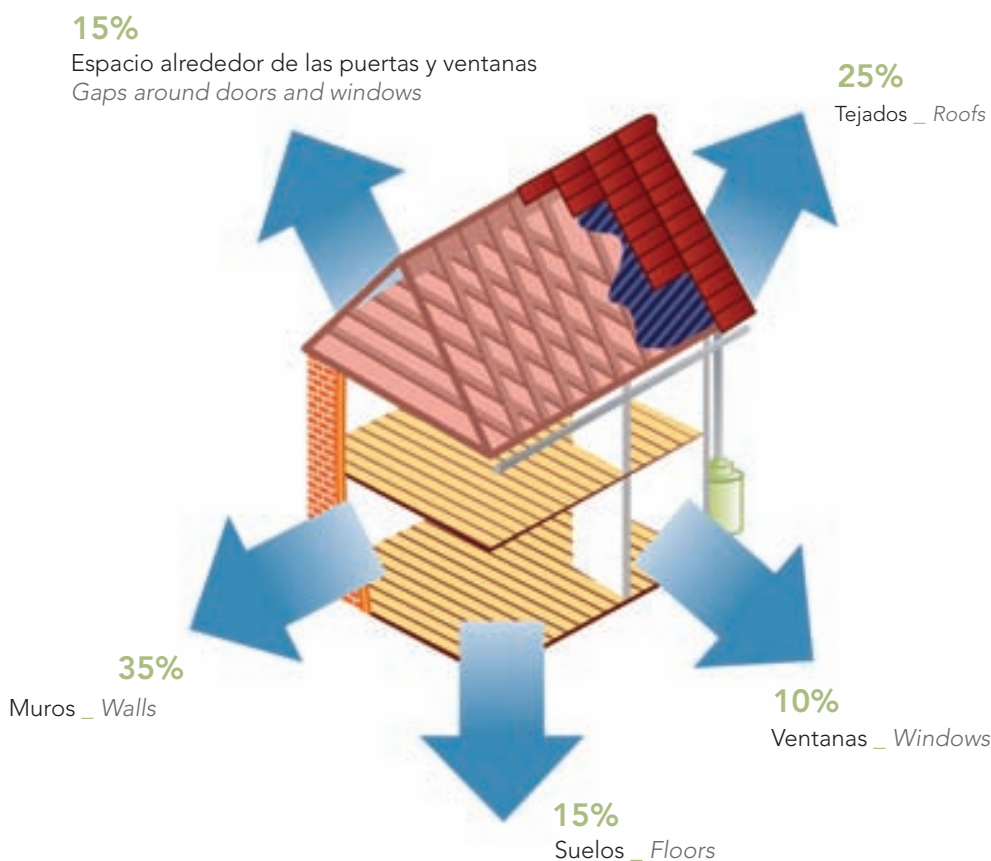
Las pérdidas de energía en un edificio se producen a través de los diferentes componentes del mismo: paredes, suelo, tejado, ventanas, etc.

Como se ha comentado anteriormente, los aislantes son los productos más eficientes y eficaces para reducir estas pérdidas de energía. Su instalación se complementa con productos específicos según la aplicación concreta: placa de yeso para paredes y techos, sistemas de tejados, etc.

In a building, energy is lost through its various components: walls, floor, roof, windows, etc.

As previously mentioned, insulating materials are the most efficient and effective products for reducing these losses and so improving energy efficiency in buildings. Insulation installation also includes other specific products depending on the particular area: plasterboard for walls and ceilings, roofing systems, etc.

FUENTES DE PÉRDIDA DE ENERGÍA DE UN EDIFICIO _ SOURCES OF ENERGY LOSSES IN BUILDINGS



En el negocio de aislantes, Uralita está presente en toda Europa, Rusia y Turquía a través de su filial URSA®, con dos tipos de aislantes -lana de vidrio y XPS-, con atributos complementarios, lo que le permite ofrecer la mejor solución para cada aplicación.

- La lana de vidrio es un aislante compuesto por fibras de vidrio, con el aspecto de una "manta" flexible, ligera, compresible y de fácil manipulación, por lo que es óptima para tejados inclinados, divisorias y muros interiores y algunas fachadas. Para este tipo de aplicaciones la lana de vidrio ofrece la mejor relación aislamiento/coste, el mejor balance medioambiental, gran facilidad y bajo coste de instalación y un excelente aislamiento acústico.
- El XPS es un aislante plástico en forma de placas rígidas y ligeras que combina un excelente aislamiento térmico y una gran resistencia a la compresión y al agua con una fácil instalación. Por ello, sus principales aplicaciones son muros perimetrales, suelos y cubiertas.

In the insulation industry, Uralita operates throughout Europe, Russia and Turkey through its subsidiary URSA®, which produces two types of insulating materials, glass wool and extruded polystyrene (XPS), with complementary features to offer the best solution for every application.

- *Glass wool is a mineral-based insulating material made from glass fibres. It has the appearance of a light, flexible 'blanket' which is light, compressible and easy-to-handle. It is most suitable for areas such as pitched roofs, internal partitions and internal walls and some façades. For this type of applications, glass wool offers the best insulation-to-cost ratio, the best environmental balance, easy and inexpensive installation, and excellent soundproofing.*
- *XPS is a plastic insulating material in the form of light, rigid panels which combine excellent thermal insulation, very high compression and water resistance with easy installation. Its main uses are therefore perimeter walls, floors and roofs.*



En la Península Ibérica, Uralita cuenta también con los mejores **productos complementarios** para las soluciones de aislamiento:

- **La placa de yeso**, producida por su filial PLADUR®, es el complemento ideal al aislante para el correcto aislamiento de muros, tabiques o techos. Adicionalmente, la placa de yeso tiene una serie de ventajas frente a las soluciones tradicionales (i.e. ladrillos): proporciona aislamiento acústico, es la solución más rápida, limpia y sencilla de instalar y aporta mayor calidad a la solución final ocupando además menos espacio. Gracias a estas características, la placa de yeso PLADUR® es un producto en crecimiento al ser muy demandado para obra nueva y reformas y tanto en edificios residenciales como en no residenciales.
- **Las tejas**, producidas por su filial COBERT®, complementan la instalación del aislamiento en tejados, ya que éstos requieren tanto un buen aislamiento térmico como la característica de ser impermeables y duraderos. Por ello, las tejas de alta calidad producidas por Uralita son un complemento óptimo para un aislamiento duradero de los tejados y proporcionan al mismo tiempo una solución estética y de altas características técnicas.

*In the Iberian Peninsula, Uralita also offers the best **accessory products** for insulation solutions:*

- ***Plasterboard**, produced by its subsidiary PLADUR®, is ideal for use with insulating materials to properly insulate exterior walls, interior walls or ceilings. Plasterboard also has a number of advantages over traditional solutions (i.e., bricks): it provides soundproofing, is the fastest, cleanest and simplest solution to install and adds quality to the overall solution, while taking up less space. Because of these features, PLADUR® plasterboard is a product with growing demand both for new construction and renovation in residential and non-residential buildings.*
- ***Tiles** produced by its subsidiary COBERT® are used in the installation of roof insulation, as roofs require good thermal insulation and must be waterproof and durable. This is why the high quality tiles produced by Uralita are an ideal product for long-lasting insulated roofing solutions, while offering high aesthetic and technical characteristics.*



Gestión eficiente del agua Efficient water management

1. ¿Por qué es importante mejorar la gestión del agua?

El agua es un recurso natural escaso y con un consumo creciente, por lo que una gestión eficiente es fundamental para asegurar su disponibilidad.

1. Why is it important to improve water management?

Water is a limited natural resource with an increasing consumption, which makes its efficient management essential to ensure its future availability.

La gestión del agua representa uno de los grandes desafíos del siglo XXI dada su creciente demanda y su limitación al ser un recurso escaso y de disponibilidad incierta: el consumo de agua crecerá a un ritmo anual de al menos un 2% hasta 2030, resultando en un déficit del 40% respecto a las fuentes disponibles.

Estas limitaciones podrán ser más graves como efecto del calentamiento global, que reducirá las precipitaciones en algunas regiones y provocará puntualmente inundaciones en otras.

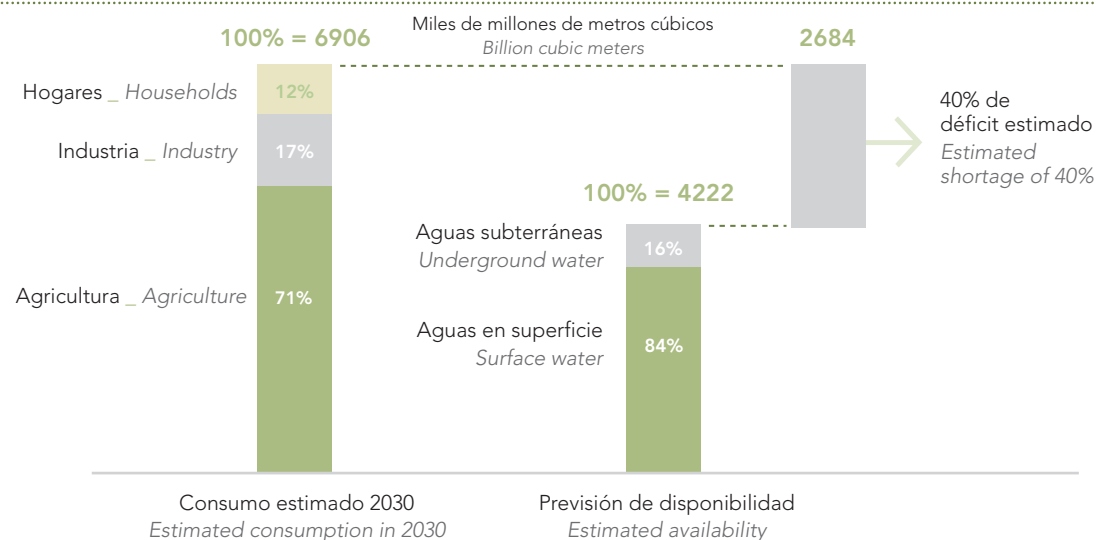
En el caso de la Península Ibérica, el agua es uno de los principales problemas medioambientales, con un clima que se caracteriza por la irregularidad espacial y temporal de las precipitaciones. De los últimos 80 años, el 40% han sido secos o muy secos y las perspectivas a futuro apuntan a una mayor escasez de agua.

Water management represents one of the major challenges of the 21st century: it is a scarce resource with uncertain availability and increasing demand. Water consumption will grow at least at a 2% yearly rate until 2030, resulting in a 40% shortfall.

These constraints become more evident if we consider the possible impact of global warming, which in the long term will reduce rainfall in some regions and cause flooding in others.

Historically, the Iberian Peninsula has been especially vulnerable to water shortages, with long and frequent periods of drought. Out of the past 80 years, 40% have been dry or very dry and the outlook points to even more limited water resources.

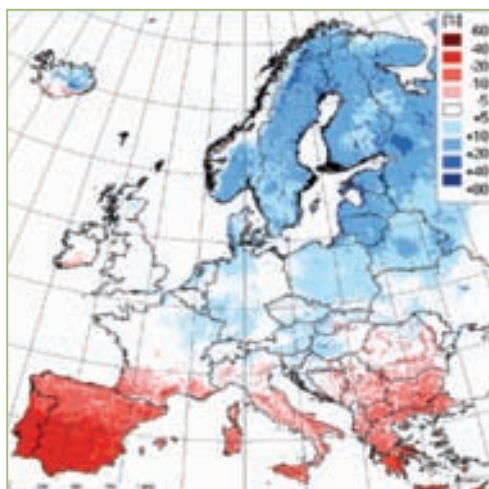
EL AGUA ES UN RECURSO ESCASO _ WATER IS A SCARCE RESOURCE



Fuente: Instituto de investigación Internacional de Política Alimentaria, McKinsey
Source: International Food Policy Research Institute, McKinsey

PREVISIÓN DE EVOLUCIÓN DE PRECIPITACIONES HASTA 2020

RAINFALLS EVOLUTION FORECAST UNTIL 2020



Fuente: Comisión Europea "El poder del ejemplo: La evolución de las políticas de cambio climático hasta 2020".

Source: European Commission "The power of example: The evolution of EU climate policies up to 2020".

2. ¿Qué medidas existen para mejorar la gestión del agua?

La gestión del agua es clave para afrontar su escasez, por lo que las autoridades legislan e invierten en su preservación y gestión eficiente: producción, transporte y tratamiento.

Existen tres grandes vías para mitigar los efectos de la escasez del agua:

- **Mejorar la productividad** obteniendo mayores resultados (cosechas, productos industriales) para la misma cantidad de agua. Así se están desarrollando semillas mejoradas que requieren menos agua o mejorando los procesos industriales para reducir el consumo de agua y reciclar la ya utilizada.
- **Incrementar la producción** de agua, por desalinización de agua marina o prospección de aguas subterráneas.
- **Mejorar el tratamiento y distribución** del agua, reduciendo pérdidas en su transporte y propiciando el trasvase de agua de zonas con exceso de agua, y en las que parte del excedente se vierte al mar, hacia zonas con escasez.

2. What measures can be taken to improve water management?

Water management is a crucial aspect of dealing with water shortages, and therefore authorities legislate and invest in preservation and water efficient management: production, transport and treatment.

There are three main ways to mitigate the effects of water shortages:

- **Improve productivity** to obtain higher output (harvests, manufactured products) using the same amount of water. Efforts in this area are focusing primarily on developing improved seeds which require less water and on optimising manufacturing processes to reduce water consumption and increase water recycling.
- **Increase water production**, through seawater desalination or underground water prospecting.
- **Improve water treatment and distribution**, primarily by reducing losses during transportation and by transferring water from regions with surplus water to areas with limited supply.

Tanto las compañías privadas como los organismos oficiales y los gobiernos son conscientes del reto de la gestión del agua. Las primeras están trabajando principalmente en el desarrollo de medidas de mejora de la productividad, mientras que los segundos lo hacen en el desarrollo de políticas y directivas de fomento a la mejora de la producción, tratamiento y distribución del agua.

Así, desde la Comisión Europea se ha desarrollado la **Directiva Marco del Agua**, que establece un marco comunitario de protección y gestión de las masas de agua y fija el año 2015 como fecha límite para alcanzar cinco objetivos sobre el agua: prevenir y reducir su contaminación, fomentar su uso sostenible, proteger el medio acuático, mejorar la situación de los ecosistemas acuáticos y paliar los efectos de las inundaciones y de las sequías.

El gobierno español ha impulsado en los últimos años diferentes actuaciones destinadas a garantizar una mejor gestión de los recursos hídricos:

- Con el objetivo de recoger las nuevas necesidades planteadas por la Directiva Marco del Agua europea, el Ministerio de Medio Ambiente desarrolló el **Plan Nacional de Calidad de las Aguas 2007-2015**, con una inversión prevista de 19.400 millones de euros.
- Adicionalmente, el mismo Ministerio ha llevado a cabo varios **planes nacionales de regadíos**, para la mejora y modernización de la gestión del agua. El más reciente de los planes, el Plan Nacional de Regadíos 2008-2013, contempla una inversión estimada de 7.200 millones de euros.

Both private companies and official organisations and governments are aware of the water management challenge. The former are working primarily on developing measures to improve productivity, while the latter are focusing on developing policies and directives to promote improvements in water production, treatment and distribution.

*The European Commission has drafted the **Water Framework Directive**, which establishes a European wide framework for the protection and management of water resources and sets 2015 as the deadline for achieving five water-related goals: prevention and reduction of pollution, promotion of sustainable use, protection of the aquatic environment, improvement of the condition of aquatic ecosystems and mitigation of the effects of floods and droughts.*

In recent years, the Spanish government has taken various steps to ensure better management of water resources:

- *In order to encompass the new requirements put forward by the European Water Framework Directive, the Ministry of the Environment drafted the **2007-2015 National Water Quality Plan**, with an expected investment of 19,400 million euros.*
- *Additionally, the Ministry has also implemented various **national irrigation plans** to improve and modernise water management. The most recent of these plans, the 2008-2013 National Irrigation Plan, involves an estimated investment of 7,200 million euros.*



3. ¿Qué productos de Uralita contribuyen a mejorar la gestión del agua?

Uralita cuenta con soluciones de tuberías y accesorios que contribuyen a mejorar la gestión del agua.

Uralita contribuye a mejorar la gestión del agua a través de su filial Adequa® que produce tuberías y accesorios. Estos productos están íntimamente alineados con las iniciativas de mejora de la gestión del agua ya que son útiles para:

- La renovación de las redes de transporte de agua desde los centros de abastecimiento a los centros de consumo, ya sea para consumo humano, industrial, o riego
- La conducción eficiente de agua dentro de los edificios
- La recogida de agua de los centros de consumo y el transporte a depuradoras para su reciclaje

Las tuberías fabricadas por Adequa utilizan materiales plásticos lo que hace que sean altamente competitivos frente a las alternativas existentes ya que son más ligeros, lo que facilita su transporte e instalación sin afectar a su resistencia.

3. What Uralita products contribute to improving water management?

Uralita offers pipe solutions and accessories which contribute to improving water management.

Uralita contributes to improving water management through its subsidiary Adequa®, which produces pipes and fittings. These products are essential to improve water management, as they are used for:

- *Replacing water transportation networks from supply sources to consumption sites, whether for human, industrial or irrigation use.*
- *Transporting efficiently water inside buildings.*
- *Collecting water at consumption locations and transporting it to recycling treatment plants.*

The pipes manufactured by Adequa are made of plastic materials, making them highly competitive with respect to existing alternatives, as they are light, which simplifies transport and installation without affecting their durability.



Órganos de Gobierno *Corporate Governance*

Consejo de Administración *Board of Directors*

PRESIDENTE _ CHAIRMAN



Javier Serratosa Luján

CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES _ EXTERNAL PROPRIETARY DIRECTORS



Gonzalo Serratosa Luján
(en representación de Nefinsa, S.A.)
(representing Nefinsa, S.A.)



José Antonio Carrascosa Ruiz
(en representación de Nefinsa, S.A.)
(representing Nefinsa, S.A.)



Javier González Ochoa
(en representación de Nefinsa, S.A.)
(representing Nefinsa, S.A.)



Julio Fermoso García
(en representación de Caja de Ahorros
de Salamanca y Soria "Caja Duero")
(representing Caja de Ahorros de
Salamanca y Soria "Caja Duero")



Francisco García Peña
(en representación de Atalaya
Inversiones, S.R.L.)
(representing Atalaya Inversiones, S.R.L.)

CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES _ EXTERNAL INDEPENDENT DIRECTORS



Mónica Vidal Sanz



Juan José Nieto Bueso



María Teresa Pulido Mendoza

CONSEJEROS EJECUTIVOS _ EXECUTIVE DIRECTORS



Jorge Alarcón Alejandre



José Ignacio Olleros Piñero



Álvaro Rodríguez-Solano Romero

Comisiones del Consejo Board Committees

COMITÉ DE AUDITORÍA _ AUDIT COMMITTEE

Consejeros _ Directors	Cargo _ Office	Tipología _ Type of Director
Juan José Nieto Bueso	Presidente Chairman	Consejero Externo Independiente External Independent Director
José Antonio Carrascosa Ruiz	Vocal Board Member	Consejero Externo Dominical External Proprietary Director
Atalaya Inversiones, S.R.L.	Vocal Board Member	Consejero Externo Dominical External Proprietary Director

COMISIÓN DE RETRIBUCIONES Y NOMBRAMIENTOS APPOINTMENTS AND REMUNERATION COMMITTEE

Consejeros _ Directors	Cargo _ Office	Tipología _ Type of Director
María Teresa Pulido Mendoza	Presidente Chairman	Consejero Externo Independiente External Independent Director
Javier González Ochoa	Vocal Board Member	Consejero Externo Dominical External Proprietary Director
Caja de Ahorros de Salamanca y Soria "Caja Duero"	Vocal Board Member	Consejero Externo Dominical External Proprietary Director

Comité de Dirección *Management Committee*

Presidente Ejecutivo _ *Chairman & CEO*
Javier Serratosa

Directores Corporativos
Corporate Managers

Planificación y Desarrollo _ *Planning and Development*
Jorge Alarcón

Financiero _ *Finance*
José Ignacio Olleros

Asesoría Jurídica _ *General Counsel*
Álvaro Rodríguez-Solano

Director General _ *General Manager*
URSA
Daniel Llinás

Aislantes _ *Insulation*

Director General _ *General Manager*
URALITA IBERIA
José Luis Pozo

Yesos _ *Gypsum*
Tuberías _ *Pipes*
Tejas _ *Roof Tiles*



Palacio de Congresos (Oviedo), en el que se han instalado los productos de placa de yeso, Pladur®, de URALITA.
Exhibition Center (Oviedo, Spain), where URALITA plasterboard products have been installed.



Hotel AC (Barcelona), en el que se han instalado los productos aislantes de URALITA.
Hotel AC (Barcelona, Spain), where URALITA Insulation products have been installed.

Informe de gestión consolidado de 2009

2009 consolidated management report



Resultados financieros

Financial results

Uralita en Bolsa

Uralita on the Stock Market

Avances en
Responsabilidad Social
y Gobierno Corporativo
*Progress in Corporate Social
Responsibility and
Corporate Governance*

Resultados financieros

Financial results

Entorno económico

Economic context

La actividad del sector de la construcción en Europa se vio fuertemente afectada por la crisis financiera y económica en 2009: las restricciones económicas y la caída de confianza de los consumidores se vieron acentuadas por una mayor dificultad de acceso a la financiación, lo que hizo disminuir fuertemente la demanda de viviendas y, en general, del resto de actividades del sector (obra no residencial, reforma y rehabilitación).

Si bien la reducción de actividad fue generalizada, el impacto fue diferente en las regiones donde opera Uralita:

- Las caídas más moderadas se produjeron en los mercados de Europa Occidental (que en 2009 supusieron el 41% de las ventas de Uralita) gracias al empuje de la actividad de rehabilitación y al impulso de la regulación hacia la eficiencia energética y, por tanto, al uso de aislantes.
- En España (40% de las ventas de Uralita), la caída tuvo mayor fuerza debido al exceso de oferta inmobiliaria en años precedentes que hizo que disminuyera de forma significativa la actividad del sector.

The activity in the construction sector in Europe was strongly affected by the financial and economic crisis in 2009: economic constraints and declining consumer confidence together with tougher access to financing strongly reduced the housing demand, and, in general, the other activities in the construction industry: non-residential and reform and refurbishment (R&R).

While the activity reduction was widespread, its impact was different in the regions where Uralita operates:

- *The more moderate declines occurred in Western European markets (which in 2009 accounted for 41% of Uralita's sales) thanks to the regulatory momentum towards energy efficiency and therefore the use of insulation and to the resilience of activity in R&R.*
- *In Spain (40% of Uralita's sales), the fall was more pronounced due to the housing stock surplus built in previous years which caused a significant contraction on the sector activity.*

- Por último, en Europa del Este y Rusia (19% de las ventas), la caída fue igualmente significativa ya que la menor actividad -debido a la fuerte dependencia de estos mercados de la situación económica y de la financiación- se vio acentuada por la devaluación de las diferentes monedas frente al euro.

- Finally in Eastern Europe and Russia (19% of sales), the fall in sales was also significant since the lower-activity (due to the strong dependence of these markets on the economic and financing situation) was further impacted by the devaluation of several currencies against the euro.

Ejes de actuación en 2009

Lines of action in 2009

Con el fin de adaptarse a este complejo contexto de mercado, ya a finales de 2008 Uralita inició la implantación de un ambicioso plan de mejora orientado a incrementar la rentabilidad y optimizar la generación de caja. El plan se ha ejecutado exitosamente habiendo superado todos los objetivos inicialmente definidos.

In order to adapt to this complex market context, Uralita initiated already at the end of 2008 the implementation of an ambitious improvement plan oriented to increase profitability and optimize cash flow generation. The plan was successfully executed, exceeding all the objectives initially set.

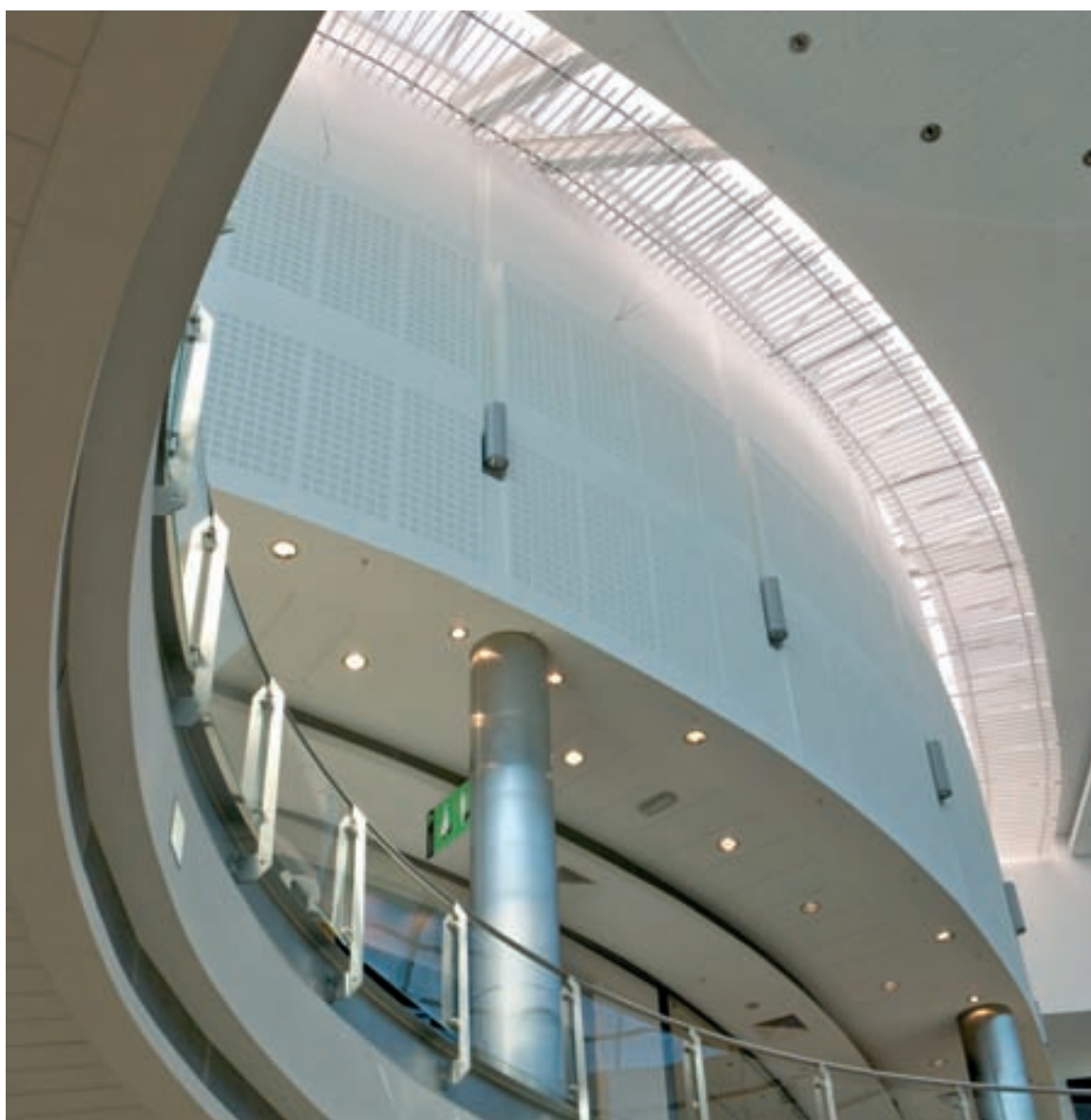
A. INCREMENTO DE RENTABILIDAD, estructurado en tres líneas de actuación:

- **Reestructuración industrial y reducción de la estructura de soporte:** con el objetivo de adecuar la capacidad a la demanda se cerraron seis fábricas de tejas, una de aislantes y una de tuberías, y se han realizado paradas temporales y reducciones de turnos en otras fábricas. Adicionalmente, se ha reducido la plantilla de soporte tanto en los negocios como en el centro corporativo. Todo ello ha resultado en una reducción de costes de personal del 17% frente a 2008.
- **Reducción de costes fijos:** se han revisado todas las partidas de costes fijos para adaptar la estructura del grupo a la menor actividad. Las reducciones han afectado a los costes de marketing, producción, servicios externos etc., resultando en una reducción total del 33% frente a 2008.

A. INCREASE OF PROFITABILITY, structured in three lines of action:

- **Industrial restructuring and SG&A simplification:** in order to adapt capacity to demand, six roof tiles, one insulation and one pipe factories were closed, with temporary stoppages and shift reductions in other plants. Additionally, support staff at businesses and corporate center was reduced. All these measures resulted in a 17% personnel costs reduction compared to 2008.
- **Fixed cost reduction:** all fixed cost elements were revised to adapt the Group's structure to the lower activity levels. The reductions affected marketing, production, outsourced services, etc. The total reduction achieved was 33% compared to 2008.

- **Mejora de la gestión comercial:** Igualmente, se ha trabajado en la mejora comercial mediante el lanzamiento de nuevos productos, la gestión de precios y la revisión del posicionamiento comercial en clientes, canales y regiones. Todo ello ha llevado a mantener (+0,2 puntos porcentuales) el margen de contribución (definido como ventas menos costes variables), objetivo especialmente complejo en una situación de fuerte caída de ventas y con el impacto de la reducción de existencias acometida.
- *Commercial management improvement:* likewise, Uralita worked on improving its commercial area by launching new products, managing prices and reviewing commercial positioning in customers, channels and regions. All this contributed to maintaining (+0.2 percentage points) the contribution margin, an especially complex goal in a situation of strong sales reductions and with the impact of the inventory reduction undertaken.



B. MAXIMIZACION DE CAJA, estructurado a su vez en tres líneas de actuación:

- **Revisión de inversiones de crecimiento:** Se ha procedido a posponer temporalmente los tres proyectos en marcha hasta la recuperación de la demanda: en aislantes, la nueva fábrica de Reino Unido y el incremento de capacidad de la fábrica de Serpuchov (Rusia) y, en placa de yeso, la nueva fábrica de Pladur en Gelsa (Zaragoza). Los tres proyectos siguen teniendo un claro sentido estratégico y se ha establecido un plan de evaluación periódica para establecer el momento óptimo de arranque de cada una de las fábricas. La implantación conjunta de estas medidas hizo que los pagos de inversiones de crecimiento se redujeran un 48% frente a 2008.
- **Optimización de las inversiones de mantenimiento:** Se han revisado las políticas de mantenimiento y se han reducido al máximo las inversiones en las fábricas, cumpliendo con todos los requisitos de seguridad y medioambientales. Con ello la inversión total por este concepto se ha reducido un 51% frente a 2008.
- **Gestión activa del capital circulante:** Por último, se ha trabajado en la generación de caja a través de la reducción de existencias y la gestión de financiación con clientes y proveedores. Todo ello ha llevado a generar este año 85 M EUR por desinversión de circulante y a mantener una política muy estricta de cobros de clientes habiendo sido necesaria en 2009 una dotación de provisión por insolvencia de sólo un 0,6% sobre ventas.

B. MAXIMIZATION OF CASH FLOW, also structured in three lines of action:

- *Review of growth investments: Uralita proceeded to temporarily postpone the three growth projects in progress until the demand recovers: in insulation, the new factory in the United Kingdom and the capacity increase at the Serpuchov plant (Russia) and in plasterboard, the new Pladur® factory in Gelsa (Spain). The three projects continue making strategically sense and a periodic assessment process has been put in place to establish the optimum time to start operations at each of the factories. These measures achieved a 48% reduction of the investments payments (vs 2008).*
- *Optimization of maintenance investments: Uralita also reviewed maintenance policies and minimized investments in factories, meeting all safety and environmental requirement. Capex payments were reduced by 51% compared to 2008.*
- *Active management of working capital: Finally, Uralita worked on generating cash through inventory reduction and management of client and supplier financing. All this lead to 85 M EUR working capital reduction and to maintain very strict client collection policies having been necessary to make provisions for bad debts in 2009 for only 0.6% of sales.*



Resultados de Uralita (*)

Uralita's results (*)

Dentro de la compleja situación de mercado comentada, las ventas de Uralita se vieron afectadas por la caída de volúmenes y la presión en precios y por la devaluación respecto al euro de las monedas de diferentes países de Europa del Este.

La caída de ventas fue del 30% hasta 704,7 M EUR, con diferencias entre regiones: 16% en Europa Occidental (de las cuales la caída en aislantes fue del 6% y del 37% en el resto de negocios) y 38% tanto en España como en Europa del Este/Rusia.

La importante reducción de costes implantada permitió que, a pesar de la significativa caída en ventas, Uralita alcanzara un EBITDA de 102,5 M EUR (-37% respecto a 2008) con un margen sobre ventas del 14,5%.

Por último, el Resultado Neto Atribuible fue de 10,1 M EUR con una reducción del 75% respecto a 2008. Es importante destacar la relevancia de tener un resultado neto positivo en un año tan complejo como 2009 con la fuerte reducción de ingresos y en pleno proceso de adaptación al nuevo contexto de mercado.

El plan de mejora tuvo también un importante efecto positivo en el flujo de caja: gracias a la propia generación de caja de los negocios y la desinversión de circulante, Uralita generó un flujo de caja libre antes de financieros y dividendos de 69 M EUR, a pesar de tener que pagar 56 M EUR de inversiones de crecimiento ya comprometidas y 38 M EUR de reestructuraciones y otros pagos.

Gracias a ello, la deuda financiera neta se redujo en 9 M EUR, acabando 2009 con una deuda de 235 M EUR lo que implica un ratio Deuda/EBITDA de 2,3 veces.

Sales were hit by falling volumes and pricing pressure, resulting from the challenging market situation, and the devaluation against the euro of the currencies in several Eastern European countries.

Sales fell 30%, to EUR 704.7 M, with differences among regions: 16% (of which insulation fell by 6% and the rest of the businesses by 37%) in Western Europe and 38% both in Spain and Eastern Europe/Russia.

The significant cost reductions implemented allowed Uralita reach an EBITDA of 102.5 M EUR (-37% vs 2008) with a 14.5% margin, despite the significant sales drop.

Finally, Attributable Net Profit was 10.1 M EUR (-75% vs 2008). It is important to emphasize the relevance of achieving a positive net result in such a complex year with a sharp drop in sales, while being in the process of adapting to the new market context.

The improvement plan had also a very positive effect on cash flow: thanks to the businesses cash generation and the working capital reduction, Uralita generated a free cash flow before payment of interest and dividends of 69 M EUR, having paid 56 M EUR for already committed growth investments and 38 M EUR for restructuring and other payments.

As a result, net financial debt was reduced by 9 M EUR, closing 2009 with a debt of EUR 235 M which implies a 2.3 times Debt/EBITDA ratio.

(*) Las Cuentas anuales consolidadas están disponibles en la página web de Uralita www.uralita.com. Se pueden solicitar versiones impresas en UralitaIR@uralita.com o en el teléfono 91 594 90 03.

(*) The consolidated annual financial statements are available at Uralita's web page www.uralita.com. Printed reports can be requested by email (UralitaIR@uralita.com) or by phone (+34 91 594 90 03).

Información financiera seleccionada Selected financial information

RESULTADOS _ PROFIT AND LOSS	2009 ⁽¹⁾	2008	Cambio en % % Change
Ventas _ Sales	704,7	1007,0	-30%
EBITDA	102,5	162,4	-37%
Amortización _ Depreciation & Amortization	47,1	46,1	2%
EBIT operativo _ Operating EBIT	55,4	116,3	-52%
Resultado de explotación _ Operating profit	41,4	89,2	-54%
Resultado antes de impuesto _ Profit before tax	25,9	66,2	-61%
Resultado neto _ Net profit	15,9	51,7	-69%
Resultado neto atribuible _ Attributable net profit	10,1	40,3	-75%

BALANCE DE SITUACION _ BALANCE SHEET	2009	2008	Cambio en M€ Change in M€
Activos no corrientes _ Non-current assets	836,8	817,5	19,2
Activos corrientes _ Current Assets	273,5	330,1	-56,6
Total Activo/Pasivo _ Total Assets/Liabilities	1.110,3	1.147,6	-37,3
Patrimonio neto _ Equity	454,1	472,4	-18,3
Pasivos no corrientes _ Non-Current liabilities	337,0	251,0	85,9
Pasivos corrientes _ Current liabilities	319,2	424,1	-104,9
Deuda financiera neta _ Net financial debt	234,5	243,9	-9,4

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO _ CASH FLOW STATEMENT	2009	2008	Cambio en M€ Change in M€
Flujo de caja de las operaciones _ Cash flow from operating activities	131,8	92,1	39,7
Inversiones en inmovilizado material ⁽²⁾ _ Fixed assets investments ⁽²⁾	70,7	138,2	-67,5
Flujo de caja libre ⁽³⁾ _ Free cash flow ⁽³⁾	69,4	-80,7	150,1

RATIOS	2009	2008	Cambio Change
Margen EBITDA sobre ventas _ EBITDA margin	14,5%	16,1%	-1,6 p.p.
Margen EBIT sobre ventas _ EBIT margin	7,9%	11,6%	-3,7 p.p.
Margen Resultado neto sobre ventas _ Net profit margin	2,3%	5,1%	2,9 p.p.
Resultado atribuible por acción _ Earnings per share (Euros)	0,05	0,20	-75%
Dividendo por acción _ Dividend per share (Euros)	0,032	0,100	-68%
Deuda financiera neta sobre EBITDA (veces) Net financial debt over EBITDA (times)	2,3	1,5	52%

(1) Siguiendo los criterios establecidos por las NIIF, los resultados obtenidos por las actividades interrumpidas en el año 2009 se muestran agrupados en una sola línea de la cuenta de pérdidas y ganancias (Nota 2.4 de la Memoria de las Cuentas consolidadas del ejercicio 2009).

(2) Inversiones de mantenimiento y de crecimiento.

(3) Flujo de caja de las operaciones menos flujo de las actividades de inversión.

(1) According to the criteria established by NIIF, discontinued operations earnings obtained in 2009 are displayed as a single line in the Profit and Loss statement (Note 2.4. of the 2009 Consolidated Annual Accounts).

(2) Growth and maintenance capex.

(3) Cash flow from operations less cash flow from investment activities.

Uralita en Bolsa

Uralita on the Stock Market

URALITA S.A. cotiza en el mercado continuo de las Bolsas Españolas (Madrid, Barcelona y Valencia).

El capital social a 31 de diciembre del 2009 estaba compuesto por 197.499.807 acciones de 0,72 euros de nominal cada una.

La capitalización bursátil de Uralita a 31 de diciembre de 2009 era de 806 millones de euros.

La acción de Uralita en el ejercicio 2009 evolucionó con pocos cambios, situándose a 31 de diciembre de 2009 en 4,08 euros, lo que supuso una reducción del 3,8% respecto al año anterior.

URALITA S.A. is listed on the Spanish Stock Markets in Madrid, Barcelona and Valencia.

At 31 December, 2009, its share capital was made up of 197,499,807 shares with a nominal value of €0.72 each.

Uralita's market capitalization at 31 December 2009 was €806 million.

Uralita's share price remained practically stable in 2009. At 31 December 2008, its share price stood at €4.08, which meant a 3.8% decrease compared to the previous year.



EVOLUCIÓN DE LA ACCIÓN DE URALITA DESDE EL AÑO 2003
 URALITA'S SHARE PRICE PERFORMANCE SINCE 2003



Detalle de cotizaciones máximas, mínimas y cierre anual
Annual highs, lows and closing prices

TABLA DE COTIZACIONES (Euros por acción) _ SHARE PRICE PERFORMANCE (Euros per share)

	Máx. _ High	Mín. _ Low	Cierre _ Closing
2003	2,49	1,66	2,46
2004	3,73	2,44	3,73
2005	4,70	3,42	3,42
2006	5,23	3,35	4,99
2007	7,11	5,02	6,00
2008	6,30	4,10	4,24
2009 1 ^{er} T.	4,35	4,18	4,25
2009 2 ^o T.	4,46	4,17	4,28
2009 3 ^{er} T.	4,27	4,10	4,11
2009 4 ^o T.	4,17	4,08	4,08

Evolución de la capitalización

Market capitalization evolution

CAPITALIZACIÓN BURSÁTIL A 31 DE DICIEMBRE (Millones de euros)
MARKET CAPITALIZATION AT DECEMBRE 31ST (Million euros)



Principales accionistas

Main shareholders

El accionariado de Uralita está compuesto por tres accionistas principales tal y como se detalla en el siguiente cuadro:

There are three main Uralita's shareholders, as detailed below:

Nombre o denominación social del accionista <i>Name or corporate name of shareholder</i>	Número de acciones directas <i>Number of direct shares</i>	% Total sobre el capital social <i>Total % of share capital</i>
Nefinsa, S.A.	156.149.272	79,063
Caja de Ahorros de Salamanca y Soria	10.355.571	5,243
Atalaya Inversiones, S.R.L.	9.874.990	5,000



Autocartera y planes de opciones sobre acciones *Treasury stock and stock option plans*

A 31 de diciembre de 2009 la autocartera de la sociedad dominante era de 6.103.847 acciones, equivalente a un 3,1% del capital social.

At 31 December 2009, 6,103,847 parent company shares were held as treasury stock, which represented 3.1% of its share capital.

Uralita no cuenta con planes de remuneración ligados a opciones sobre acciones.

Uralita did not operate stock option schemes for employees remuneration.

Retribución al accionista *Shareholder remuneration*

La retribución al accionista es una política clave de Uralita para materializar la creación de valor para sus accionistas teniendo establecido un "pay-out" objetivo del 30-40% con carácter general.

Shareholder remuneration is fundamental to Uralita's policy of creating value for its shareholders and it has thus established an overall target pay-out rate of 30-40%.

El Consejo de Administración ha aprobado un "pay-out" del 60% sujeto a aprobación de la Junta General. Esto supone la distribución, con cargo a los resultados de 2009, de un dividendo de 0,032 euros brutos por acción.

The Board of Directors have approved a 60% pay-out, subject to approval by the General Meeting of Shareholders. This implies the payment of a dividend of €0.032 per share against 2009 results.

Avances en Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo

Progress in Corporate Social Responsibility and Corporate Governance

Avances en Responsabilidad Social Corporativa

Progress in Corporate Social Responsibility

Uralita mantiene un compromiso decidido en la mejora de su responsabilidad social en sus tres dimensiones social, ambiental y económica. Si bien en el informe completo de Responsabilidad Social Corporativa están desarrolladas todas las líneas de actuación implantadas durante el año 2009, es relevante resaltar los avances conseguidos en los siguientes aspectos:

- **Medioambiente.** En los últimos años, Uralita se ha enfocado progresivamente en la fabricación y comercialización de productos que tienen un impacto positivo en el medioambiente ya sea por mejorar la eficiencia energética en edificios o por contribuir a una gestión más eficiente del agua.

Adicionalmente, durante 2009 se ha empezado a analizar el impacto medioambiental integral de nuestros productos, es decir, el balance entre la energía consumida (y por ende el CO₂ emitido) en su fabricación, transporte e instalación y el ahorro de ambas magnitudes, energía y CO₂, que se consigue en la vida útil de los productos. En el caso de aislantes, el balance es netamente positivo ya que por cada unidad de energía consumida y de CO₂ emitido, el ahorro en la vida útil del producto es de 243 y 121 veces respectivamente.

Uralita is strongly committed to improving its social responsibility in its three dimensions: economic, environmental and social. Although all the actions carried out in 2009 are detailed in the Corporate Social Responsibility full report, it is worth highlighting the progress achieved in the following areas:

- **The Environment.** Over the past few years, Uralita has gradually focused on manufacturing and distributing products with a positive environmental impact, which either improve energy efficiency in buildings or contribute to a more efficient water management.

Additionally, in 2009 we started to analyze the overall environmental impact of our products, i.e. the balance between the energy consumed (and therefore CO₂ emitted) in its production, transportation and installation and the energy and CO₂ savings achieved in the products lifetime. Insulation presents a clearly positive balance, since for each unit of energy consumed and of CO₂ emitted the savings achieved are 243 and 121 times larger during the product's lifetime.

- **Seguridad y Salud.** Fruto de la progresiva implantación de un Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales, durante 2009 se han seguido mejorando los índices de siniestralidad: los accidentes con baja se han reducido un 6% en Uralita Iberia y un 16% en URSA, alcanzándose en esta última un nivel de cero accidentes en cinco de sus 14 fábricas (36% del total).
- **Formación.** Pese a la adversa coyuntura económica, Uralita ha continuado apostando por la formación a sus empleados manteniendo las acciones claves de formación entre los que destacan los programas STEP y Nautilus orientados a desarrollar el liderazgo y talento de empleados de alto potencial, el programa Lean Management de mejora continua de procesos, el Programa Talentum de formación especializada en áreas específicas y el Programa de Jóvenes Profesionales orientado, dentro del colectivo más júnior, a la identificación y formación de talento.

Adicionalmente, Uralita mantiene una relación intensa y permanente con los grupos de interés del mundo universitario, administraciones públicas y con clientes, prescriptores e instaladores de sus productos. Como se puede observar en el informe completo de RSC, las empresas del Grupo han participado en numerosos proyectos de formación, jornadas técnicas y seminarios para estos grupos de interés.

- **Health and Safety.** The progressive introduction of a Labor Risks Prevention Management System during 2009 led to a continuing improvement of the accident rates: sick leaves were reduced by 6% in Uralita Iberia and 16% in URSA, the latter reaching a zero accidents level in five of its 14 factories (36% of total).
- **Training.** Despite the adverse economic context, Uralita has continued investing in training its employees and has maintained its key training programs. Among them, it is worth highlighting STEP and Nautilus, oriented to developing the leadership and talent of high potential employees, the Lean Management continuous process improvement program, the Talentum training program designed to meet individual specific training needs and the Young Professionals program oriented to the identification and development of talent among more junior employees.

Additionally, Uralita maintains strong relationships with universities, public administrations and with clients, specifiers and installers of its products. The full RSC report shows how the Group's companies have been involved in numerous training projects, workshops and seminars with these stakeholders.



Avances en Gobierno Corporativo *Progress in Corporate Governance*

Tras los importantes avances en gobierno corporativo introducidos en años anteriores, 2009 ha sido un ejercicio de consolidación de dichos logros, entre los que cabe resaltar a título recordatorio:

- El sometimiento a la Junta General de Accionistas de operaciones que entrañen una modificación estructural de la sociedad.
- La incorporación de dos mujeres al Consejo de Administración de la sociedad en 2008.
- La potestad de que uno de los consejeros independientes solicite la convocatoria del Consejo o la inclusión de nuevos puntos en la orden del día.
- La obligatoriedad de los consejeros de informar y en su caso dimitir en aquellos supuestos en que puedan perjudicar el crédito y reputación de la sociedad, y de informar al Consejo de las causas penales en que aparezcan como imputados.

En próximos ejercicios, el Grupo evaluará la adopción de medidas adicionales que permitan converger aún más con las recomendaciones y mejores prácticas de buen gobierno.

After the important advances in corporate governance introduced in previous years, 2009 has focused on consolidating these achievements. Among the changes adopted in the recent past it is worth highlighting:

- *Submission to the General Shareholders' Meeting of any decisions involving a fundamental change of corporate structure.*
- *Incorporation of two women to the Board of Directors in 2008.*
- *Empowerment of one independent director to request the calling of Board meetings or the inclusion of new issues on the agenda.*
- *Obligation of directors to inform and, if required, resign in any circumstance that might harm the organization's name or reputation, and to inform of any criminal charges brought against them.*

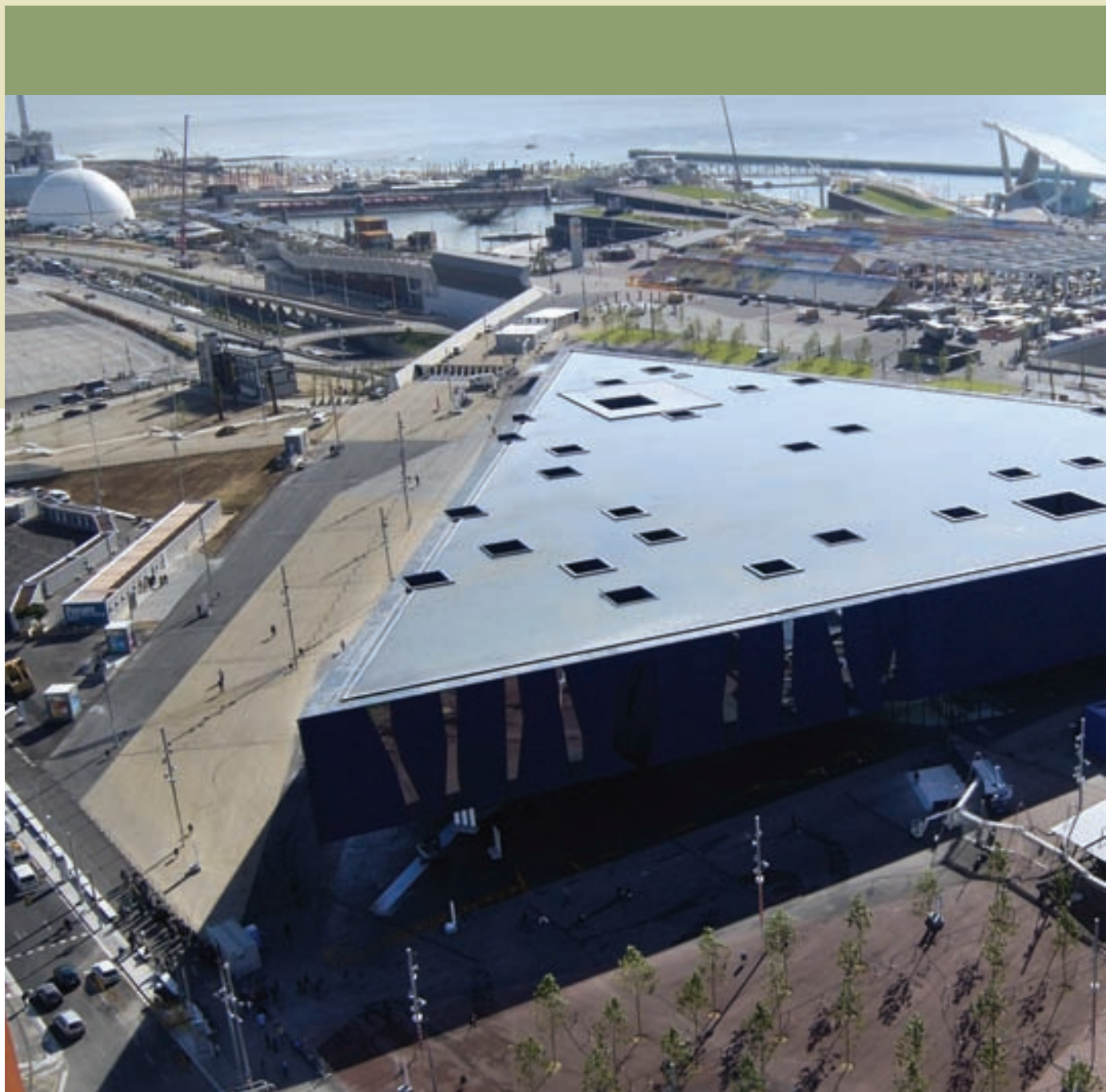
The Group will evaluate in the future the introduction of additional measures to further converge with good governance recommendations and best practices.

Los informes completos están disponibles en la página web de Uralita www.uralita.com. Se pueden solicitar versiones impresas al Área de Relación con Inversores en UralitaIR@uralita.com o en el teléfono 91 594 90 03.

The complete reports are available at Uralita's web page www.uralita.com. Printed versions can be requested to Uralita's Investor Relations Area by e-mail (UralitaIR@uralita.com) or by the telephone number 91 594 90 03.



Edificio de la Junta de Castilla y León (Valladolid), en el que se han instalado los productos de placa de yeso; Pladur®, de URALITA.
Castilla y León Regional Government parliament building (Valladolid, Spain), where URALITA plasterboard products have been installed.



Edificio Forum (Barcelona), en el que se han instalado los productos aislantes de URALITA.
Forum Building (Barcelona, Spain), where URALITA Insulation products have been installed.

Informe de gestión de los negocios de 2009

2009 Divisions management report



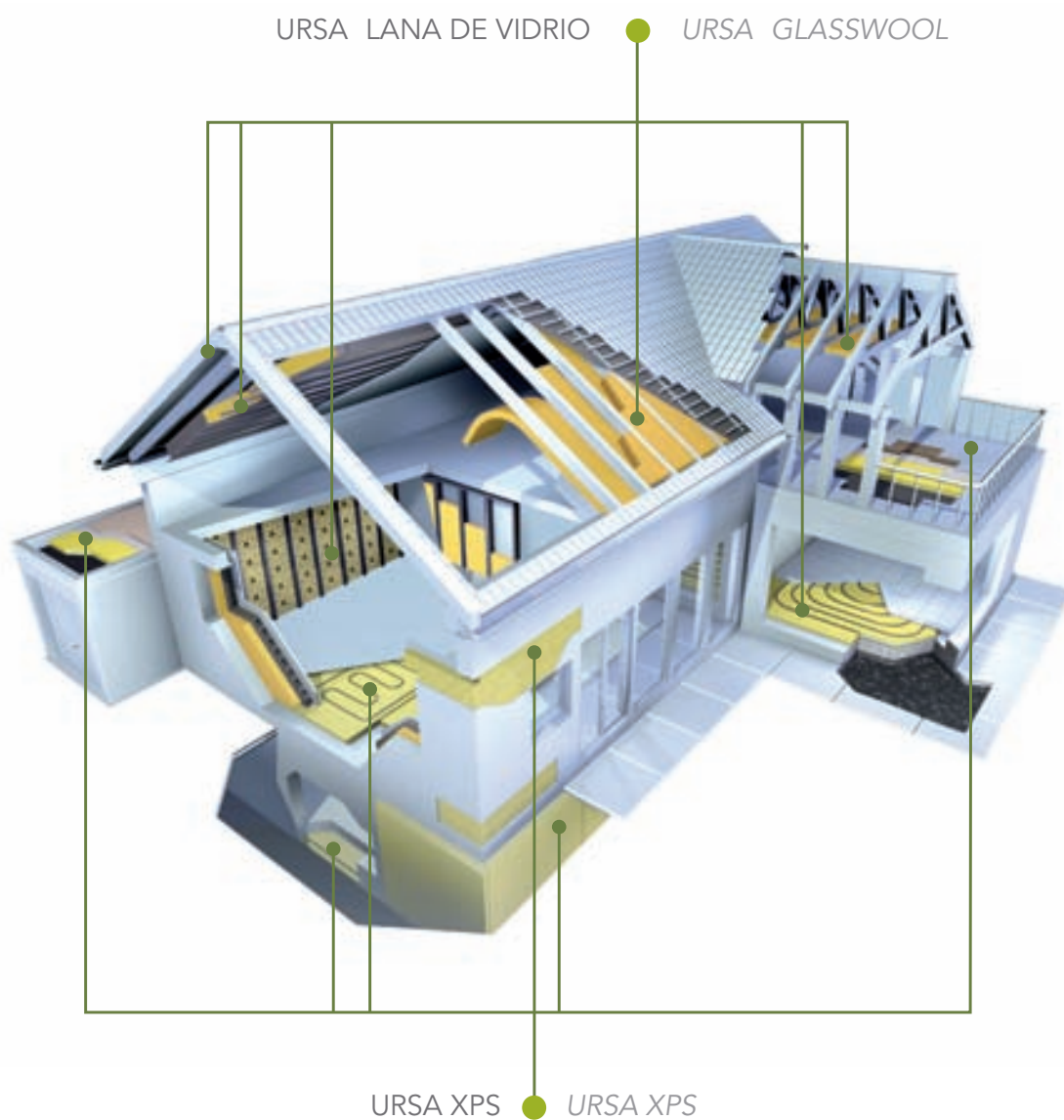
Aislantes
Insulation

Yesos
Gypsum

Tuberías
Pipes

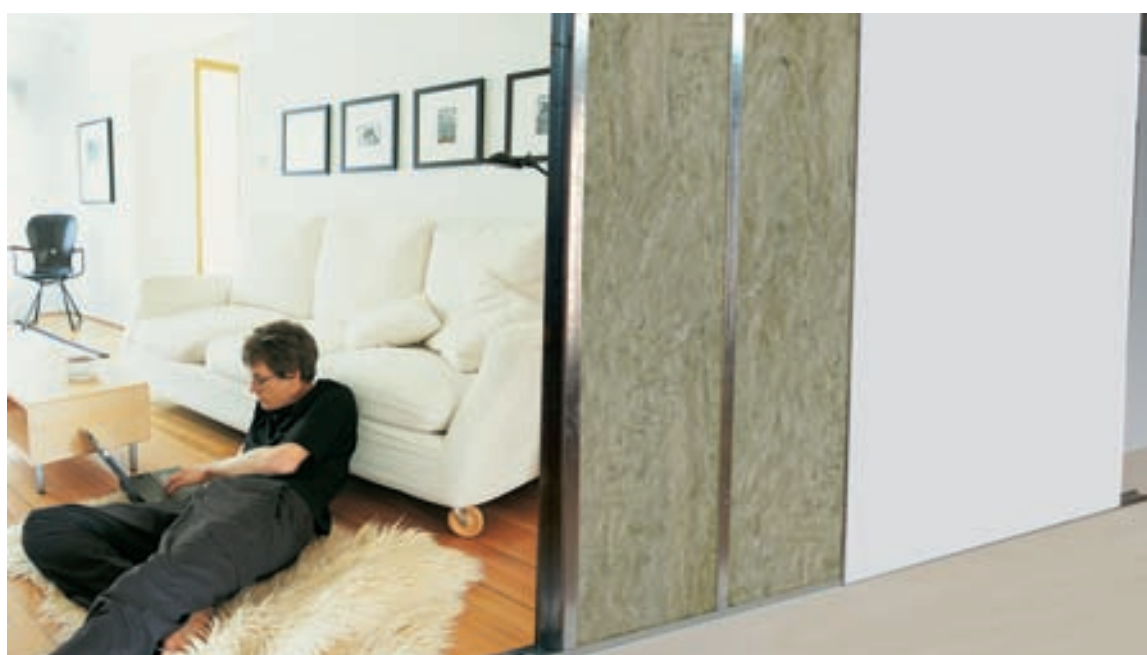
Tejas
Roof Tiles

Aislantes *Insulation*

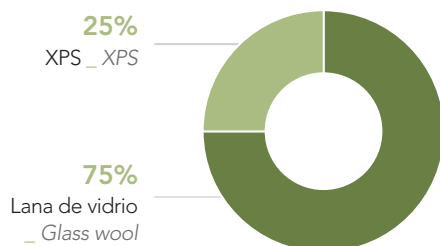


El negocio de aislantes de Uralita (URSA®), fabrica y comercializa soluciones de aislantes, principalmente para el sector de la construcción. URSA fabrica dos tipos de materiales: lana de vidrio y XPS (poliestireno extruido). Su actividad se desarrolla en toda Europa, Rusia y Turquía.

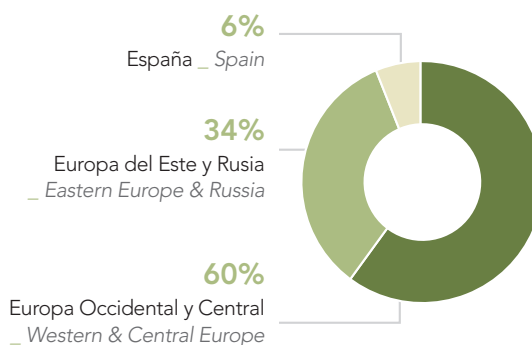
Uralita's insulation business (URSA®) manufactures and sells insulation solutions, principally to the construction industry. URSA® manufactures two kinds of materials: glass wool and XPS (extruded polystyrene). It operates in Europe, Russia and Turkey.



VENTAS POR PRODUCTO
SALES BY PRODUCT



VENTAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS
SALES BY GEOGRAPHICAL AREAS



Descripción básica del negocio

General overview of the business

El mercado de productos aislantes en Europa está dividido en dos grandes categorías, según el origen de su materia prima:

- **Lanas minerales:** productos aislantes fabricados a partir de materias primas minerales y entre los que destacan la lana de vidrio y lana de roca. Suponen aproximadamente dos tercios del mercado total en volumen. Las lanas minerales ofrecen aislamiento tanto térmico como acústico y entre sus principales aplicaciones están el aislamiento de tejados, cubiertas, divisorias interiores, muros exteriores y fachadas.
- **Plásticos espumados:** productos aislantes fabricados a partir de derivados del petróleo y entre los que destacan el poliestireno extruido (XPS), el poliestireno expandido (EPS) y el poliuretano / poliisocianurato (PUR/PIR). Suponen aproximadamente un tercio del mercado en Europa. Este tipo de material ofrece aislamiento térmico y debido a su menor absorción de humedad suelen ser usados en el aislamiento de muros perimetrales, suelos y cubiertas.

La demanda de productos aislantes está estrechamente ligada a la evolución del sector de la construcción si bien su utilización está creciendo por encima de ésta ya que el aislamiento es la solución más eficaz para la mejora de la eficiencia energética en edificios.

El mercado de lana de vidrio está concentrado en pocas compañías dados los elevados costes fijos y las importantes inversiones iniciales y barreras de entrada tecnológicas. En cambio, los plásticos espumados son un negocio más fragmentado y con menores barreras de entrada, si bien esto puede variar según los requerimientos técnicos de cada país.

The insulation materials market in Europe is divided into two major segments, grouped by origin of the raw material:

- **Mineral wool:** made primarily from glass wool and stone wool insulation materials, accounted for approximately two thirds of the total market in terms of volume. Mineral wools are used as insulation materials for roofing, roof cover, interior partition, external wall solutions and facing work.
- **Plastic foam:** insulation products derived from oil that include expanded polystyrene (EPS), extruded polystyrene (XPS), and polyurethane/polyisocyanurate (PUR/PIR). They accounted for one third of the market. This type of material offers thermal insulation, and due to its better resistance to water absorption it is often used for external walls, perimeter and inverted roofs.

Although the demand of insulation materials is closely linked to the evolution of the construction industry, it is also driven by insulation penetration in buildings which should increase in the future. This growth would be driven by the fact that insulation is the most effective solution to improve energy efficiency in buildings.

The mineral wool market is highly concentrated given the high fixed costs and technological barriers associated to this industry. On the other hand, the foam insulation solutions market is more fragmented and with low barriers of entry, although this varies depending on product technical requirements in each country.



MAPA DE INSTALACIONES PRODUCTIVAS A 31 DE DICIEMBRE DE 2009
MAP OF PLANT FACILITIES AT DECEMBRE 31ST 2009



Posición competitiva de Uralita
Uralita's competitive position

El portafolio de productos de URSA® está compuesto de lana de vidrio (aproximadamente 75% de las ventas en 2009) y de XPS (25% de las ventas en 2009). URSA® es el tercer fabricante europeo en el mercado conjunto de aislantes, siendo el número dos en cada uno de los negocios en los que está presente, lana de vidrio y XPS, con unas cuotas de mercado estimadas del 25% y 13% respectivamente (en los mercados en los que está presente).

Ursa® tiene actualmente nueve plantas de lana de vidrio y cinco de XPS: 6 fábricas en Europa Occidental, localizadas en Alemania (2), Francia (2), Bélgica e Italia; 6 fábricas en Europa del Este/Rusia/Turquía, localizadas en Rusia (3), Polonia, Eslovenia, y Turquía y 2 fábricas en España.

URSA®'s portfolio is composed of glass wool (approximately 75% of 2009 sales) and XPS (25%). URSA® is the third largest producer of insulation products in Europe, and the second one in each of the businesses, glass wool and XPS, with a market share of 25% and 13% respectively (in the markets with presence).

URSA® currently has nine glass wool plants and five XPS plants: 6 plants in Western Europe, located in Germany (2), France (2), Belgium and Italy; 6 plants in Eastern Europe/Russia/Turkey, located in Russia (3), Poland, Slovenia and Turkey; and 2 plants in Spain.

Evolución del negocio en 2009:**Adaptación a una situación temporal de menores ventas***Business performance in 2009:**Business adaptation to a temporary situation of lower sales*

El negocio de aislantes de Uralita alcanzó en 2009 unas ventas de 398,8 M EUR. Esta cifra fue un 21,5% menor que la de 2008, siendo la caída más acusada en Europa del Este, donde la debilidad de la demanda y la presión en precios se vio acentuada por la devaluación de las diferentes monedas frente al euro.

Ante esta situación temporal de menor actividad, el negocio trabajó en 2009 principalmente en tres áreas:

- Lanzamiento de productos innovadores como PureOne® y Ursa Terra® con un posicionamiento diferencial para los clientes.
- Ajuste de la capacidad productiva, con el cierre de una fábrica de lana de vidrio en Hungría (cuya producción se consolidó en otras fábricas de la red), y adecuación de la producción del resto de fábricas a la demanda: parada de líneas, reducciones de turnos y flexibilización de la producción.
- Adaptación de los costes fijos y de personal al menor nivel de actividad.

Pese a la implantación de medidas de mejora de costes, el EBITDA de aislantes se redujo hasta 57,3 M EUR, un 35,3% inferior al de 2008, fundamentalmente por el efecto del menor volumen de ventas en un negocio con un relevante peso de costes fijos.

The insulation business achieved sales of 398.8 M EUR in 2009. This figure was 21.5% lower than in 2008, the fall being more pronounced in Eastern Europe, where the weak demand and pricing pressure was accentuated by the devaluation of local currencies against the euro.

To compensate this temporary situation of lower activity, the business put in place the following measures:

- *Launching of innovative products like PureOne® and Ursa Terra® with a differential positioning for our clients.*
- *Adjusting production capacity, with the closure of a glass wool plant in Hungary (whose production was consolidated in the other plants), and adaptation of production to the lower demand: stoppage of production lines, shifts reduction and production flexibility.*
- *Adaptation of fixed and personnel costs to the lower level of activity.*

In spite of the cost improvement measures, URSA's EBITDA was 57.3 M EUR, 35.3% lower than in 2008, showing the impact of lower sales volume in a high fixed costs business.

EVOLUCIÓN DE LAS CIFRAS CLAVE (Millones de euros)

KEY FIGURES (Millions euros)

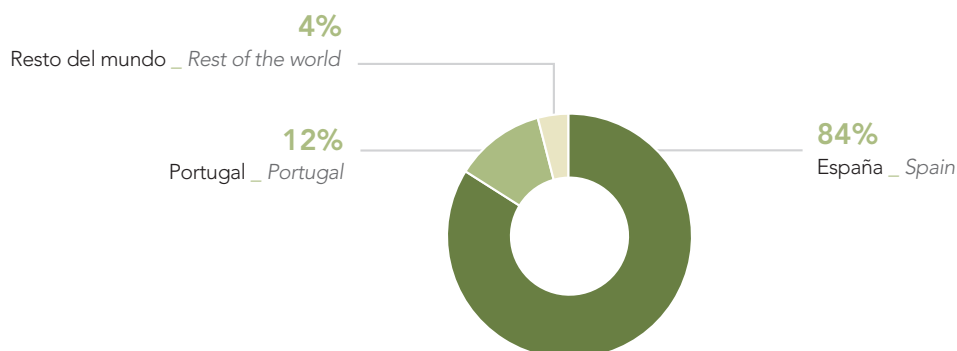
	2005	2006	2007	2008	2009
Ventas _ Sales	440,0	495,9	542,4	508,0	398,8
EBITDA	55,4	87,4	130,4	88,6	57,4
Margen sobre ventas _ EBITDA Margin (%)	12,6%	17,6%	24,0%	17,4%	14,4%
Plantilla _ Workforce	2.188	2.004	2.049	2.158	1.828



Yesos Gypsum



VENTAS POR ÁREAS GEOGRÁFICAS _ SALES BY GEOGRAPHICAL AREA



El negocio de yesos de Uralita produce y comercializa productos y soluciones constructivas para tabiquería interior en el sector de la edificación tanto residencial como no residencial. El negocio tiene dos líneas diferenciadas: sistemas de placa de yeso (Pladur®) y yeso en polvo (Algíss®). Su actividad se desarrolla principalmente en España y Portugal.

The gypsum business manufactures and sells building products and interior partition solutions for the residential and non-residential building construction sectors. It has two business lines: plasterboard systems (Pladur®) and gypsum plasters (Algíss®) and operates in Spain and Portugal.



Descripción básica del negocio

General overview of the business

El mercado de soluciones de tabiquería interior para la edificación se separa fundamentalmente en dos métodos constructivos:

- Tabiquería húmeda o tradicional: basada en la construcción de tabiques con ladrillos o bloques de hormigón, para cuyo acabado es habitual emplear una capa de yeso en polvo que embellece el resultado final. Aproximadamente el 80% de las tabiquerías interiores en España se realizaron con este tipo de método en 2009.
- Tabiquería seca: basada en la construcción de tabiques con placa de yeso atornillados a una estructura metálica que le proporcionan la consistencia necesaria. Generalmente, este tipo de solución no precisa de acabados adicionales, al ser incorporados por la propia placa de yeso. La cuota de mercado en España de esta solución fue del 20% en 2009.

La cuota de mercado de tabiquería seca se ha incrementado sobre las soluciones húmedas en los últimos años debido a sus mejores propiedades estéticas y técnicas (especialmente en aislamiento acústico), a su menor tiempo de ejecución de obra y a su mejor adaptación al segmento de reforma y rehabilitación.

La industria de yeso en polvo está bastante fragmentada y cuenta con numerosos competidores a nivel local. Por su lado, el mercado de placa de yeso está concentrado en un número reducido de empresas debido a las elevadas barreras de entrada tanto tecnológicas como de inversión necesaria para desarrollar este negocio.

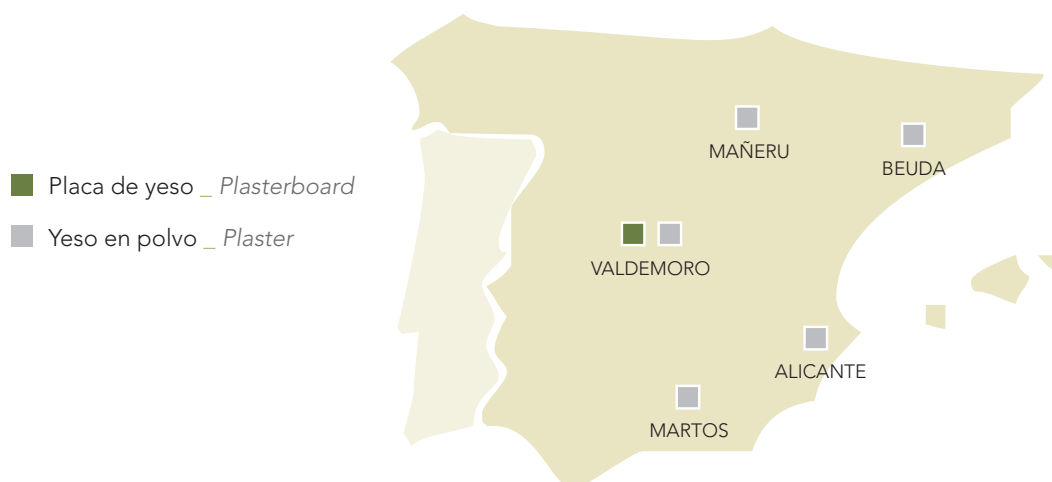
There are primarily two building methods used in the market for interior partition solutions for construction:

- *Traditional or wet plaster partition solutions: the construction of partitions with clay brick or concrete blocks, bound together with cement or mortar. A layer of gypsum plasters is usually used for this type of building method to improve the aesthetics of the end result. Approximately 80% of the interior partitions in Spain were made using this method in 2009.*
- *Dry wall partition solutions: based on the construction of partitions with plasterboard, fastened with screws to a metal structure, generally steel profiles, to provide the consistency needed. Generally this type of solution does not require any additional finish since plasterboard itself already has the quality demanded by the market. This building solution held a 20% market share in Spain in 2009.*

In the latest years, the market share of dry wall partition solutions has increased because of its better aesthetic and technical characteristics (especially in acoustic insulation), its shorter installation times and its better fit in renovation works.

The gypsum plasters industry is very fragmented and has several local competitors. The plasterboard industry is very concentrated because of the high entry barriers as a result of the technology needed and the high investment to develop a plant.

MAPA DE INSTALACIONES PRODUCTIVAS A 31 DE DICIEMBRE DE 2009
MAP OF PLANT FACILITIES AT DECEMBRE 31ST 2009



Posición competitiva de Uralita

Uralita's competitive position

Los sistemas constructivos Pladur®, son líderes en el mercado ibérico, siendo Pladur® la marca más reconocida en el mercado. Esta fortaleza comercial, unida a una estrecha relación con los clientes y a un nivel de servicio excelente, conforma las principales ventajas competitivas de Pladur®, que cuenta actualmente con una alta cuota de mercado.

Por su parte, Algíss® es el segundo competidor del mercado ibérico por volumen, con una cuota de mercado relevante y presencia nacional.

La fabricación de Pladur® está concentrada en la fábrica de Valdemoro (Madrid) mientras que Algíss® cuenta con cinco fábricas en Valdemoro, Beuda (Gerona), Mañeru (Navarra), Alicante y Martos (Jaén).

Pladur® construction systems lead the Iberian market and Pladur® is the most recognized brand in the sector. This commercial strength, coupled with a close relationship with customers and an excellent service, constitute the main competitive advantages of Pladur®, allowing it to hold a clear market leadership.

Algíss® is the second player in the Iberian market in terms of volume, with a relevant market share and nationwide presence.

Pladur® production is carried out at the Valdemoro plant (Madrid), whereas Algíss® has five plants, located in Spain in Valdemoro, Beuda (Gerona), Mañeru (Navarra), Alicante and Martos (Jaén).

Evolución del negocio en 2009: Mantenimiento de la rentabilidad sobre ventas pese a la reducción de actividad

Business performance in 2009: Maintenance of sales profitability despite activity reduction

La caída de actividad en el sector de construcción en España, afectó a las ventas del negocio de yesos que se redujeron hasta 140,1 M EUR (-39,2% frente a 2008), en línea con la caída del mercado.

Ante el menor volumen de actividad, principalmente de obra nueva residencial, el negocio trabajó en 2009 principalmente en tres áreas:

- Desarrollo de productos adaptados a segmentos menos afectados por la menor actividad del sector como obra nueva no residencial y rehabilitación (placa 800 de Pladur® o los yesos Cristal y Renova en polvo).
- Adaptación de la producción a la demanda mediante reducción de turnos de producción en las fábricas y reducciones de costes fijos y de personal de administración y soporte.
- Mejora de la gestión comercial, principalmente de márgenes.

La reducción de las ventas tuvo un significativo impacto en el EBITDA que se redujo un 39,7%, hasta 34,6 M EUR. Gracias a las mejoras de eficiencia comentadas, el negocio de Yesos consiguió mantener la rentabilidad sobre ventas con un margen del 24,7%.

The fall of the construction activity in Spain affected gypsum business sales, achieving 140,1 M EUR (-39.2% vs 2008), in line with market drop.

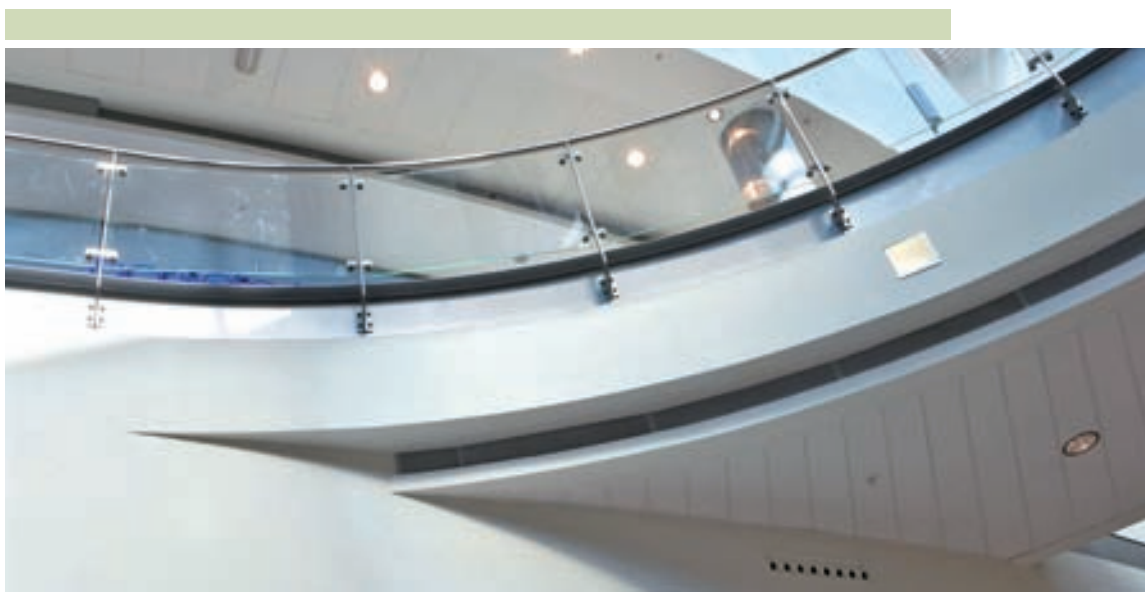
To compensate the lower level of activity, mainly in the new residential sector, the business put in place the following measures in 2009:

- *Developing solutions adapted to sectors less affected by the decrease in activity, like new non-residential buildings and refurbishment: Pladur®'s 800 board or Cristal and Renova gypsum plasters.*
- *Adjusting production to the lower demand through shifts reduction at factories and decreasing fixed and personnel costs.*
- *Improving commercial management, especially through margins improvement.*

The decrease in sales had a significant impact in the EBITDA, which decreased 39.7% to 34.6 M EUR. Thanks to the efficiency measures explained above, the Gypsum business practically maintained 2008 EBITDA margin (24.7%).

EVOLUCIÓN DE LAS CIFRAS CLAVE (Millones de euros) _ KEY FIGURES (Millions euros)

	2005	2006	2007	2008	2009
Ventas _ Sales	199,6	234,4	246,3	230,6	140,1
EBITDA	58,5	69,1	67,4	57,4	34,6
Margen sobre ventas _ EBITDA Margin (%)	29,3%	29,5%	27,4%	24,9%	24,7%
Plantilla _ Workforce	492	510	539	513	380

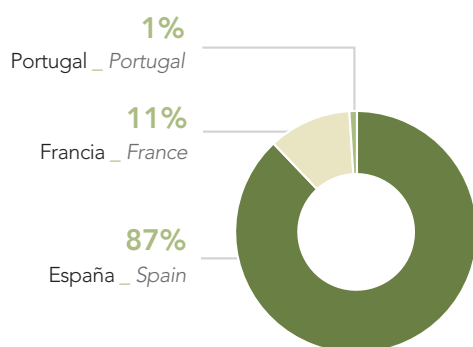


Tuberías

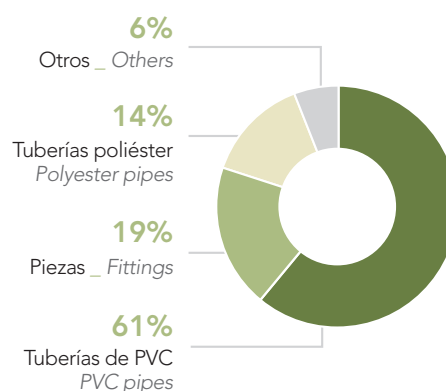
Pipes



VENTAS POR ZONA GEOGRÁFICA SALES BY GEOGRAPHICAL AREA



VENTAS POR PRODUCTOS SALES BY PRODUCT



El negocio de tuberías de Uralita (Adequa®) produce y comercializa conducciones y accesorios de materiales plásticos (principalmente PVC y poliéster reforzado con fibra de vidrio) para los sectores de edificación e infraestructuras. Su actividad se desarrolla en España, Francia y Portugal.

Uralita's pipes business (Adequa®) manufactures and sells pipes and fittings made of plastic materials (PVC and polyester reinforced with glass fibre) for the infrastructure and building sectors. It operates in Spain, France and Portugal.



Descripción básica del negocio

General overview of the business

El mercado de tuberías en el que opera Uralita puede dividirse en dos grandes segmentos:

- **Infraestructuras:** Tuberías para el transporte de líquidos, fundamentalmente agua, desde los grandes abastecedores (presas, estaciones potabilizadoras etc.) hasta la acometida de los consumidores (viviendas familiares, empresas, agricultores, etc.). Se incluye también en este segmento la recogida de aguas utilizadas desde los consumidores hasta las plantas depuradoras. El segmento de Infraestructuras supone aproximadamente el 60% del total del negocio de tuberías en el que opera Uralita.
- **Edificación:** Tuberías instaladas dentro de las edificaciones para el transporte de agua desde la acometida general hasta los grifos, sanitarios, etc. y posteriormente para su devolución a la red de alcantarillado. El segmento de Edificación supone aproximadamente el 40% del total del negocio de tuberías en el que opera Uralita.

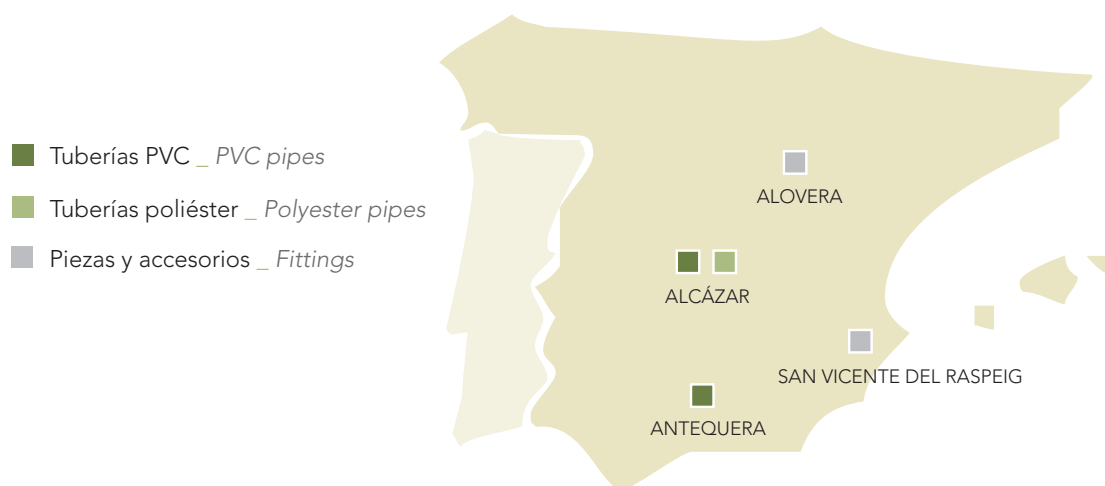
En el negocio de tuberías para infraestructuras, Uralita compite tanto con otros fabricantes de tuberías plásticas como con fabricantes de productos sustitutivos como la fundición y el hormigón, productos frente a los que el plástico cuenta con la ventaja de su mayor facilidad de instalación. Por su parte, en el sector de edificación el material empleado mayoritariamente es el plástico (PVC, polietileno o polibutileno).

The pipes market in which Uralita operates can be divided into two large segments:

- **Infrastructure:** Pipes to transport liquids, primarily water, from large supplies (dams, treatment stations, desalination plants, etc.) to the service connection for consumers (family homes, companies, farmers, etc.). This segment also includes waste water collection from consumers to treatment plants. The Infrastructure segment accounts for 60% of the total pipes market in which Uralita operates.
- **Building construction:** Pipes installed within buildings to transport water from general service connection to taps, sanitary ware, etc. and later return the wasted water via the sewer system. The Building segment accounts for 40% of the total pipes market in which Uralita operates.

In the infrastructure segment Uralita products competes not only with other plastic pipes, but also with other substitute products like concrete and cast-iron (plastic pipes are much easier to install than substitutes because they are much lighter). On the other hand, the material predominantly used for pipes in buildings is plastic (PCV, polyethylene or polybutylene).

MAPA DE INSTALACIONES PRODUCTIVAS A 31 DE DICIEMBRE DE 2009
MAP OF PLANT FACILITIES AT DECEMBRE 31ST 2009



Posición competitiva de Uralita
Uralita's competitive position

Uralita ocupa una posición de liderazgo en el mercado de tuberías en España, con una cuota aproximada del 14% en el mercado total (incluyendo todo tipo de productos) y del 20% en el mercado de tuberías plásticas.

Adequa® cubre la demanda de sus productos con dos fábricas de tuberías de PVC (situadas en Alcázar de San Juan -Ciudad Real- y Antequera -Málaga-), una fábrica de poliéster reforzado con fibra de vidrio (Alcázar de San Juan) y dos fábricas de accesorios plásticos (San Vicente de Raspeig-Alicante- y Alovera -Guadalajara-).

Uralita holds a leading position in the Spanish pipes market with an approximate 14% market share overall (including all kind of products) and 20% share in the PVC pipes market.

Adequa® services demand for its products from two PVC pipe plants (Alcázar de San Juan - Ciudad Real – and Antequera – Málaga-), a plant producing polyester reinforced with glass fibre (Alcázar de San Juan) and two plants manufacturing plastic fittings (San Vicente de Raspeig–Alicante- and Alovera –Guadalajara-).

Evolución del negocio en 2009: Reducción de ventas con mejora de rentabilidad

Business performance in 2009: Reduction of sales with profitability improvement

El mercado de tuberías se contrajo en España en 2009, tanto en edificación –fruto de la menor actividad constructora- como, en menor medida, en infraestructuras con una menor actividad de obra civil. En este contexto, las ventas de Adequa® en 2009 se redujeron un 38,7% frente a 2008, hasta 111,8 M EUR.

El negocio se orientó a la mejora de márgenes y costes principalmente en tres áreas:

- Orientación del negocio hacia productos y mercados de mayor rentabilidad.
- Gestión comercial enfocada a la gestión de márgenes en un contexto de reducción del coste de las materias primas.
- Adecuación del negocio a los menores niveles de ventas tanto industrialmente -con el cierre de una fábrica y reducción de turnos en el resto- como en costes fijos y de personal de estructura.

Gracias a estas medidas, y a pesar de la fuerte caída de ventas, el EBITDA se redujo solo un 12,0% respecto a 2008, mejorando el margen de EBITDA en 3 puntos porcentuales, hasta el 9,8%.

The pipes market in Spain decreased in 2009, both in the building sector - due to the lower building activity- and in the infrastructure sector - due to less civil works activity. In this context, Adequa®'s sales in 2009 were 111.8 M EUR, 38.7% lower than in 2008.

The business focused on improving margins and costs, mainly in three areas:

- *Orientation towards products and markets with greater profitability.*
- *Commercial management focused on consolidating margin improvements achieved in a context of lower raw material costs.*
- *Business adaptation to lower sales levels both in manufacturing -closure of one factory and shift reductions- and in fixed costs and SG&A personnel reduction.*

Thanks to these measures, and despite the strong fall in sales, 2009 EBITDA reached 11,0 M EUR (-12% compared to 2008), improving the EBITDA margin by 3 percentage points, up to 9,82.



EVOLUCIÓN DE LAS CIFRAS CLAVE (Millones de euros)

KEY FIGURES (Millions euros)

	2005	2006	2007	2008	2009
Ventas _ Sales	163,7	168,6	198,8	182,4	111,8
EBITDA	3,6	11,0	15,9	12,5	11,0
Margen sobre ventas _ EBITDA Margin (%)	2,2%	6,5%	8,0%	6,8%	9,8%
Plantilla _ Workforce	585	571	611	529	440

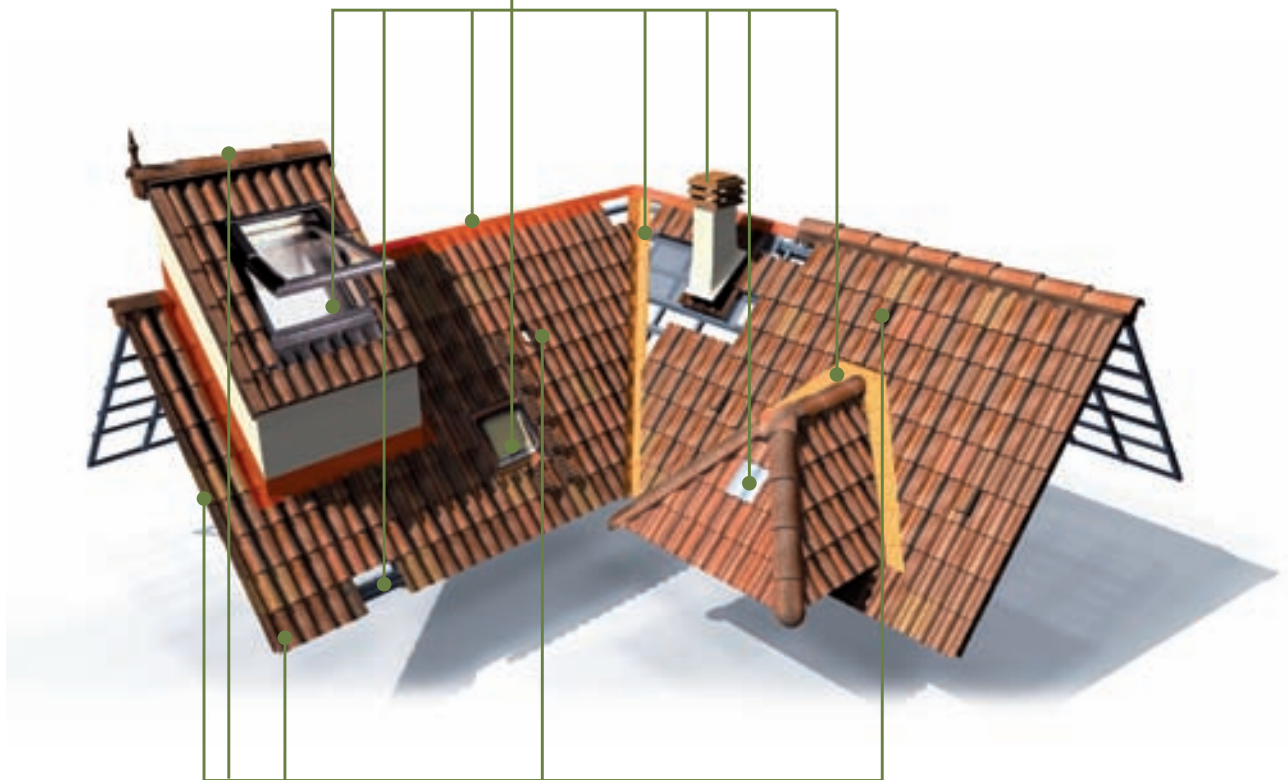


Tejados

Roof Tiles

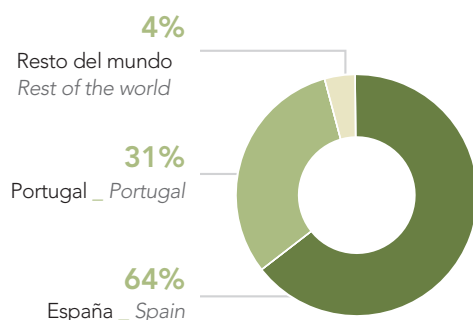


COMPONENTES ● FITTINGS



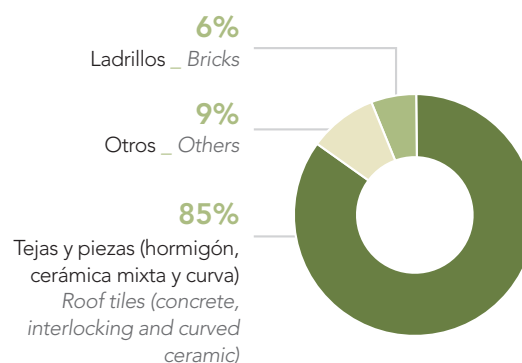
TEJAS Y PIEZAS ESPECIALES ● ROOF TILES AND ACCESORIES

VENTAS POR ZONA GEOGRÁFICA SALES BY GEOGRAPHICAL AREA



El negocio de tejas de Uralita (Cobert® y Cerámica Collado®) produce y comercializa tejas cerámicas mixtas y curvas, tejas de hormigón, piezas especiales, ladrillos y soluciones integrales para tejados. Su actividad se desarrolla principalmente en España y Portugal.

VENTAS POR PRODUCTOS SALES BY PRODUCT



Uralita's roof tiles business (Cobert® y Cerámica Collado®) manufactures and sells concrete tiles, mixed ceramic and curved tiles, special pieces, bricks and integral roofing solutions. It operates in Spain and Portugal.





Descripción básica del negocio *General overview of the business*

Las tejas y piezas que fabrica Uralita se emplean fundamentalmente en tejados de cubiertas inclinadas, los cuales supusieron en 2009 el 70% de los tejados construidos en la Península Ibérica, siendo el 30% restante correspondientes a cubiertas planas.

Hay dos tipos de tejas empleados habitualmente en España y Portugal:

- Tejas cerámicas: conformadas con arcilla, prensada o extruida, sometida posteriormente a procesos de secado y cocción en horno.
- Tejas de hormigón: conformadas mediante extrusión sobre un molde y compuestas de un mortero a base de granos minerales, cemento, pigmentos y agua.

Las tejas cerámicas presentan mejores características técnicas y estéticas por lo que son muy valoradas en mercados desarrollados. En este contexto, Uralita ha hecho una apuesta decidida por las tejas cerámicas de alta calidad, segmento que se prevé que vaya ganando cuota progresivamente en la Península Ibérica según se va reduciendo el tamaño del mercado.

La industria de fabricación de tejas en la Península Ibérica está bastante fragmentada, al contar con más de 20 competidores, si bien los cinco mayores productores representan aproximadamente un 75% del mercado.

The roof tiles and fittings produced by Uralita are mainly used in pitched roofs which account for 70% of roofs constructed in the Iberian Peninsula. The remaining 30% are flat roofs.

There are two types of roof tiles normally used in Spain and Portugal:

- *Ceramic roof tiles: made of pressed or extruded clay, and later dried and fired in a kiln.*
- *Concrete roof tiles: manufactured through extrusion using a mould of a mix of mineral grain, cement, pigment and water-based mortar.*

Ceramic roof tiles present better technical and aesthetic characteristics, being very appreciated in developed markets. In this context, Uralita decided to focus on high quality roof tiles, a segment that we expect will progressively gain share in the Iberian Peninsula as the market size gradually decreases.

The roof tiles market is highly fragmented, with over 20 competitors in Spain and Portugal, although the five largest players represent over 75% of the market.

Posición competitiva de Uralita

Uralita's competitive position

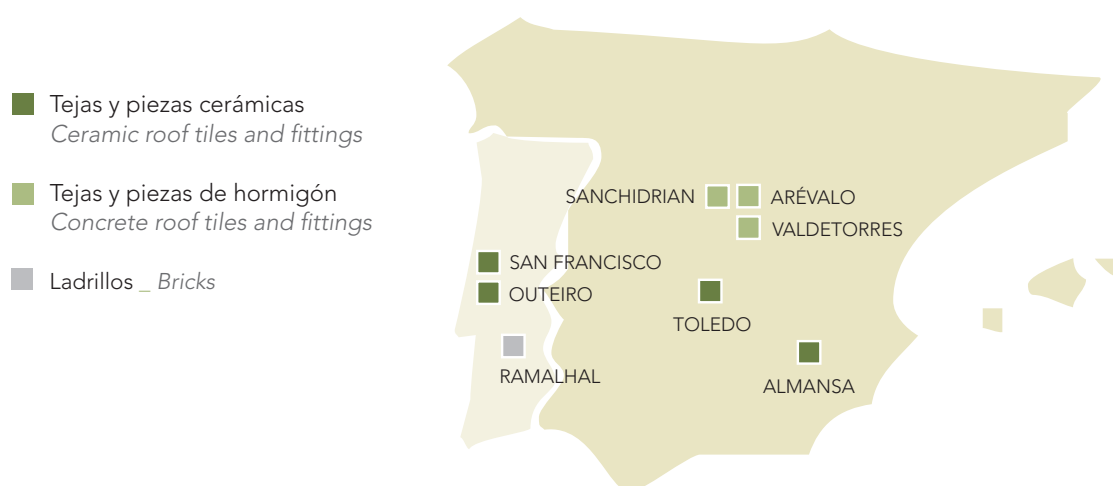
Uralita tiene una destacada posición de liderazgo en el mercado ibérico de tejas, tanto en tejas cerámicas como en tejas de hormigón. Las ventajas competitivas de Uralita consisten en proveer una amplia gama de tejas bajo las marcas Cobert® y Collado® y de mantener una estrecha relación con el canal.

Cobert® cubre la demanda de teja cerámica desde las tres fábricas situadas en Almansa (Albacete), Villaluenga (Toledo) y el complejo industrial Outeiro-San Francisco en Portugal. El mercado de tejas de hormigón es abastecido desde el complejo industrial formado por las tres fábricas situadas en Sanchidrián y Arévalo (Ávila) y Valdetorres (Madrid). Adicionalmente Cobert® dispone de una fábrica de ladrillos en Ramalhal (Portugal).

Uralita commands a leading position in the Iberian roof tile market, both in concrete tiles and in ceramic tiles. The wide range of roof tiles offered under Cobert® and Collado® brands and the close relationship with its distribution channel grant Uralita a competitive advantage.

Cobert® meets the demand for ceramic roof tiles with three plants located in Almansa (Albacete), Villaluenga (Toledo) and Outeiro-San Francisco in Portugal. The concrete roof tile market is supplied from the Group's three plants located in Sanchidrián y Arévalo (Ávila) and Valdetorres (Madrid). In addition, Cobert® has a brick manufacturing plant in Ramalhal (Portugal).

MAPA DE INSTALACIONES PRODUCTIVAS A 31 DE DICIEMBRE DE 2009
MAP OF PLANT FACILITIES AT DECEMBRE 31ST 2009



Evolución del negocio en 2009: Reestructuración del negocio ante el complejo contexto de mercado

Business performance in 2009: Restructuring of the business to respond to the challenging market context

El negocio de tejas redujo un 37,7% sus ventas respecto a 2008, hasta 53,1 M EUR, sufriendo por segundo año consecutivo una significativa caída en facturación por su exposición al mercado de obra nueva residencial, el más afectado por la crisis.

Ante este contexto de mercado, en 2009 Uralita trabajó principalmente en tres áreas:

- Consolidación de la producción: con el objetivo de adaptarse a la menor demanda del mercado, Uralita procedió a una importante reestructuración industrial con el cierre de seis fábricas, cuatro de tejas de hormigón y dos de tejas cerámicas de pequeño tamaño, consolidando la producción en 3 fábricas de tejas cerámicas y en un complejo de fabricación de tejas de hormigón.
- Orientación a productos de alto valor añadido. Dentro de su visión estratégica de evolución futura del mercado, Uralita introdujo en el mercado las gamas Klinker y Lógica e inició en 2009 la producción de tejas cerámicas de última tecnología en la fábrica de Outeiro (Portugal)
- Mejora de la eficiencia, con una significativa reducción de costes fijos y de personal

La fuerte caída de ventas en un negocio de elevados costes fijos afectó significativamente a la rentabilidad no siendo aún palpables todavía los efectos de las medidas implantadas en 2009. Así, el EBITDA se redujo hasta 4,9 M EUR, un 46,8% menor que el de 2008.

The roof tiles business sales were reduced 37.7% compared to 2008, down to 53.1 M EUR. The sales decreased for the second consecutive year, due to the high exposure to the residential new construction segment, the most affected by the crisis.

In this context, in 2009 Uralita worked mainly in three areas:

- *Consolidation of production: with the objective of adapting to the lower demand, Uralita made an important production restructuration by closing six plants, four concrete tiles plants and two small ceramic tiles plants, consolidating the production in three ceramic roof tiles plants and one concrete roof tiles plant.*
- *Focus on high quality products. In order to prepare to the expected future market evolution, Uralita launched the Klinker and Logica product ranges, and started production of start-of-the-art technology ceramic roof tiles at the Outeiro plant (Portugal).*
- *Efficiency improvement, with a significant reduction of fixed and personnel costs.*

The strong sales reduction in a high fixed cost business affected profitability significantly and the impact of 2009's cost saving measures was not yet fully realized. In this context, EBITDA fell to EUR 4.9M, 46.8% lower than in 2008.

EVOLUCIÓN DE LAS CIFRAS CLAVE (Millones de euros) _ KEY FIGURES (Millions euros)

	2005	2006	2007	2008	2009
Ventas _ Sales	182,6	102,9	107,2	85,3	53,1
EBITDA	21,8	17,0	16,7	9,2	4,9
Margen sobre ventas _ EBITDA Margin (%)	11,9%	16,5%	15,6%	10,8%	9,4%
Plantilla _ Workforce	921	640	729	674	410





Paseo de Recoletos, 3
28004 Madrid

Tel. +34 91 594 90 00
Fax + 34 91 594 90 90

www.uralita.com