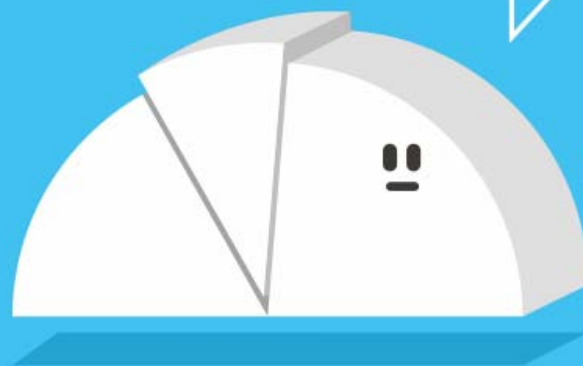


flying today means

vueling

**JUNTA
GENERAL
ORDINARIA Y
EXTRAORDINARIA
DE ACCIONISTAS.**



EL PRAT DE LLOBREGAT, 5 DE MAYO DE 2009

Situación del sector

Resultados del ejercicio 2008

Evolución reciente

Fusión con Clickair

Situación del sector

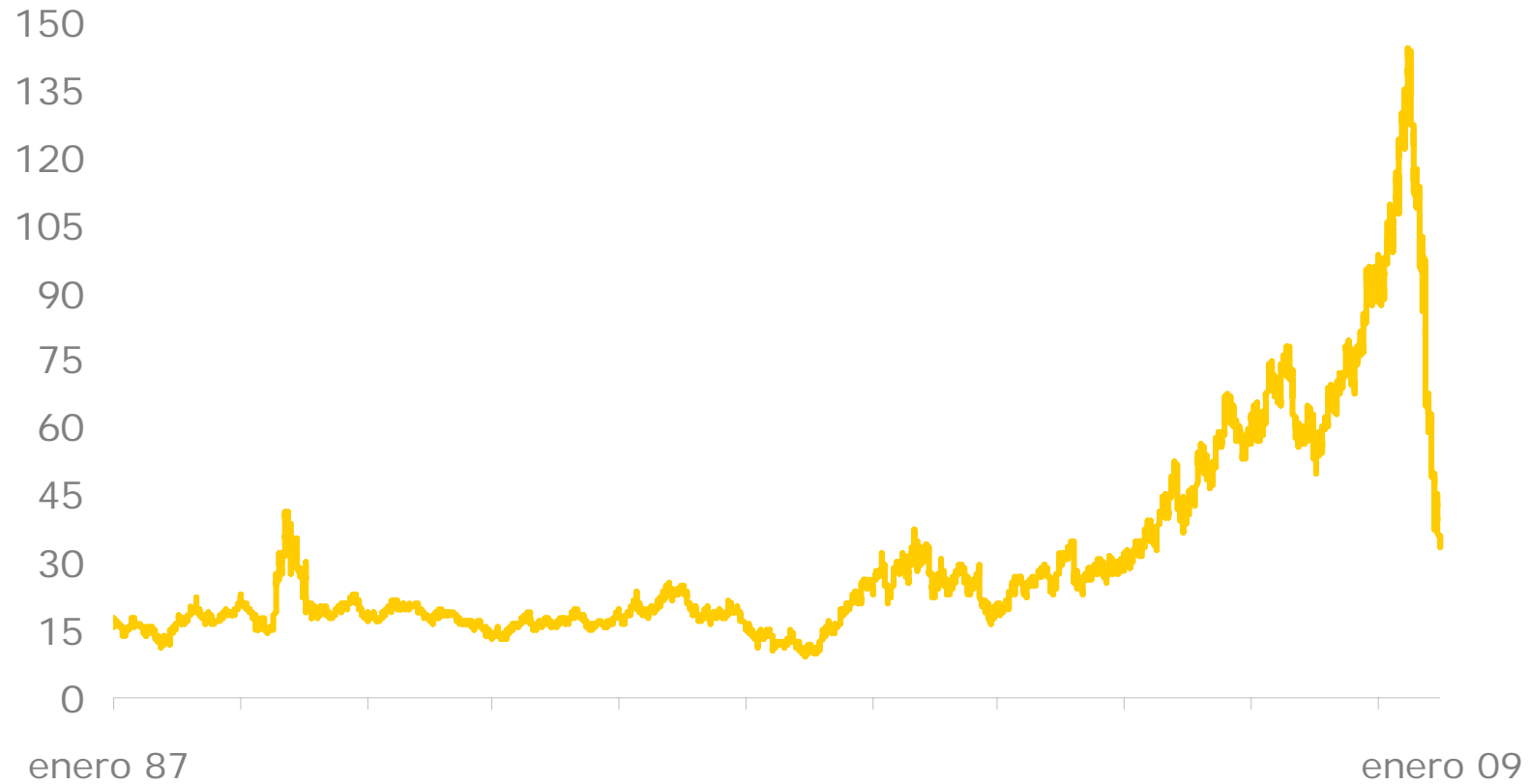
Resultados del ejercicio 2008

Evolución reciente

Fusión con Clickair

El precio del barril de petróleo ha cotizado en máximos históricos...

Precio del barril de Brent 1987-2009.
Dólares por barril



...llegando a su nivel máximo durante el verano de 2008

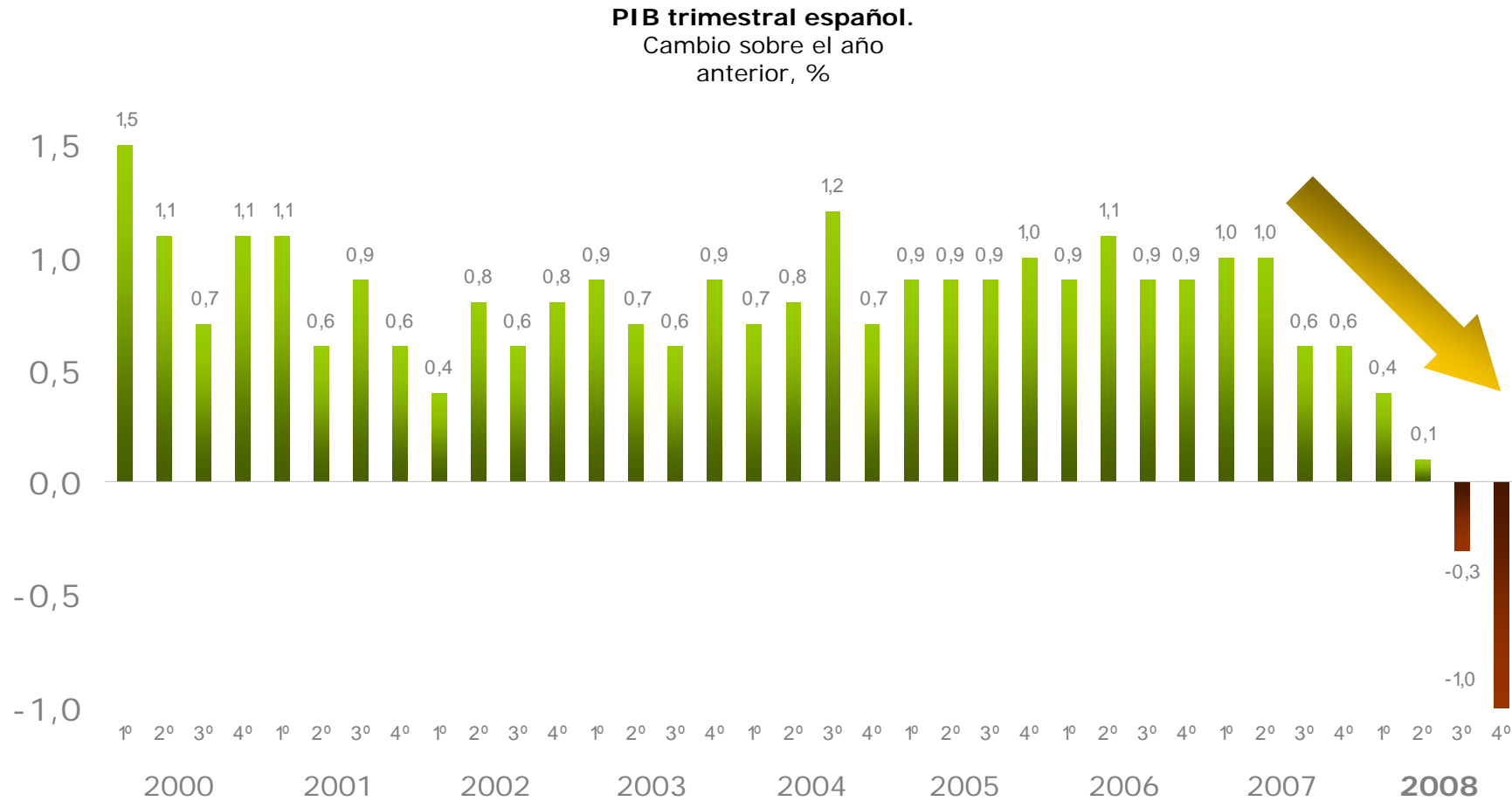


El gasto de combustible de Vueling incrementó un 42,3% en 2008

vueling

Fuente: Energy Information Administration, Departamento de Energía de los Estados Unidos

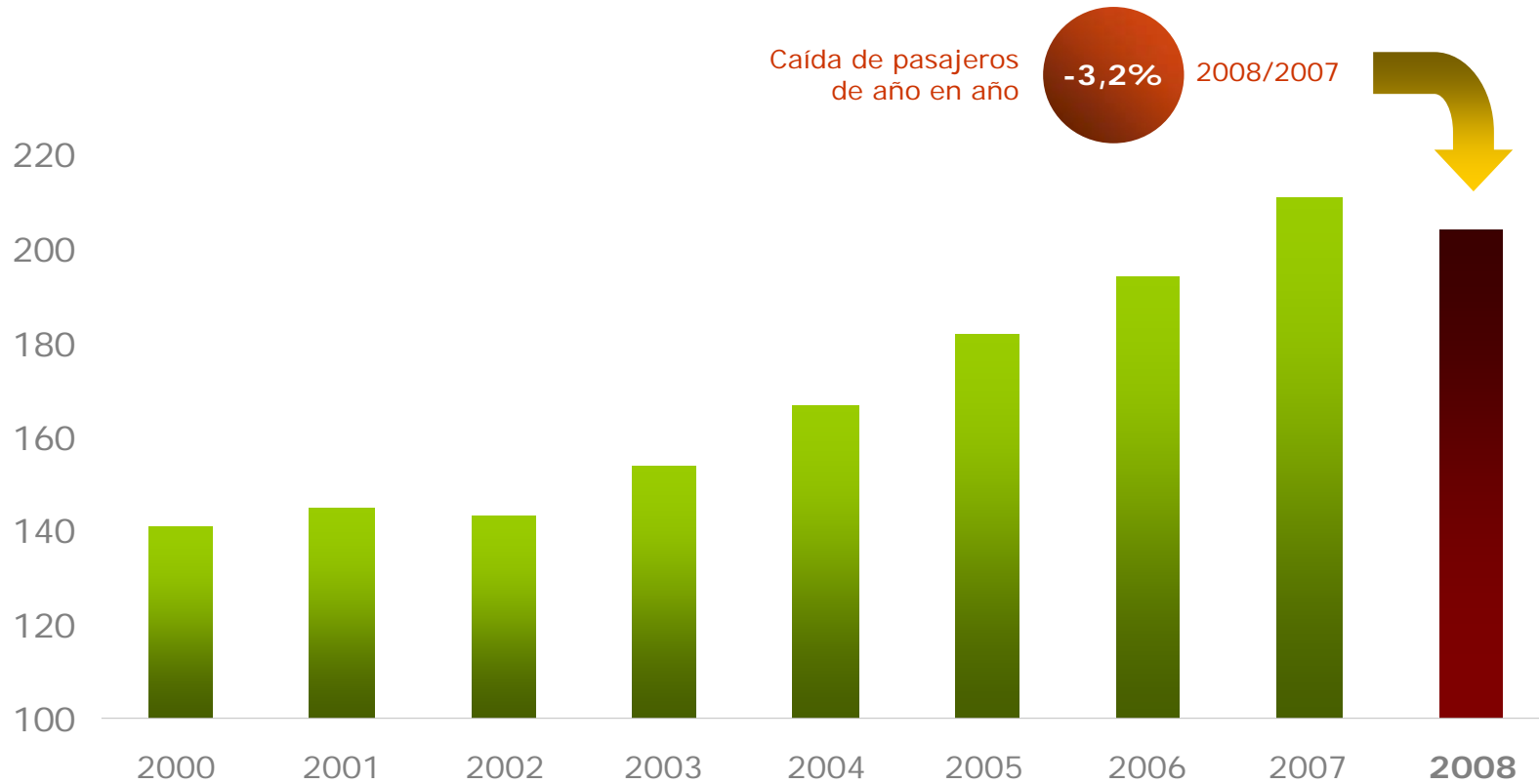
Al mismo tiempo, la economía española ha sufrido una desaceleración sin precedentes...



La situación económica de 2008 ha sido la más adversa desde 1993

... lo cual ha tenido su reflejo en el descenso en el tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles

Tráfico de pasajeros en los aeropuertos españoles.
Millones



El tráfico aéreo se ha resentido como consecuencia de la crisis y el AVE

Situación del sector

Resultados del ejercicio 2008

Evolución reciente

Fusión con Clickair

El Plan de Negocio de 2008 se basaba en cuatro pilares principales

1. Optimización de capacidad y red

Cancelar rutas no rentables

Ajustar capacidad para mantener o incrementar productividad

3. Incremento de la eficiencia/eficacia

Costes gestionables:
estructura, productividad de tripulaciones, handling...

Mejora de prácticas de "Revenue Management"

2. Acceso a segmentos de mercado diferentes

Desarrollar canales off-line

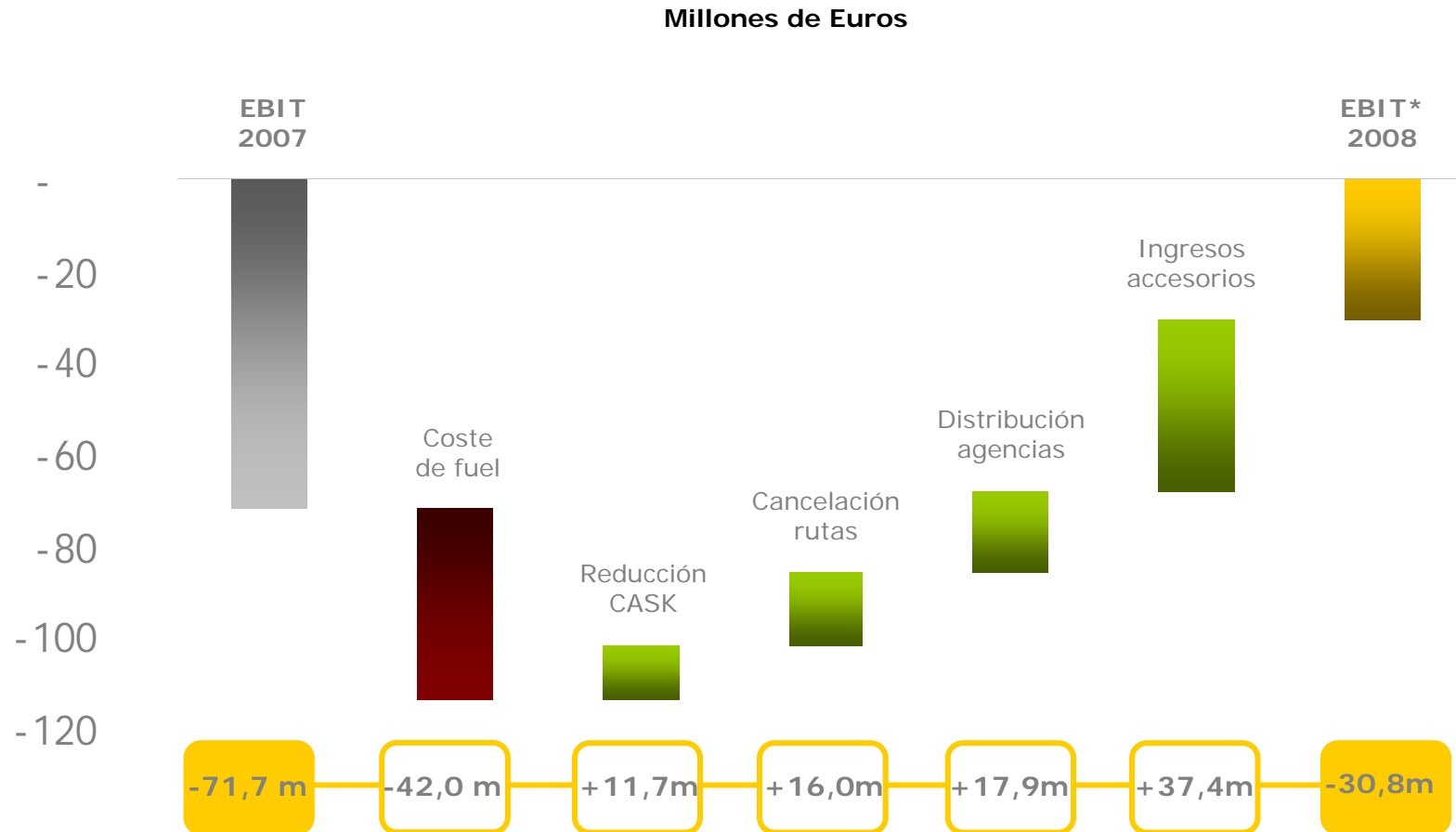
Complementar el producto con otro orientado a pasajero de negocios

4. Incremento del ingreso accesorio

Lanzamiento de nuevos productos

Ajuste dinámico de precios para maximizar ingreso

Las mejoras del Plan de Negocio introducidas en 2008 han compensado con creces el alza en los precios del fuel



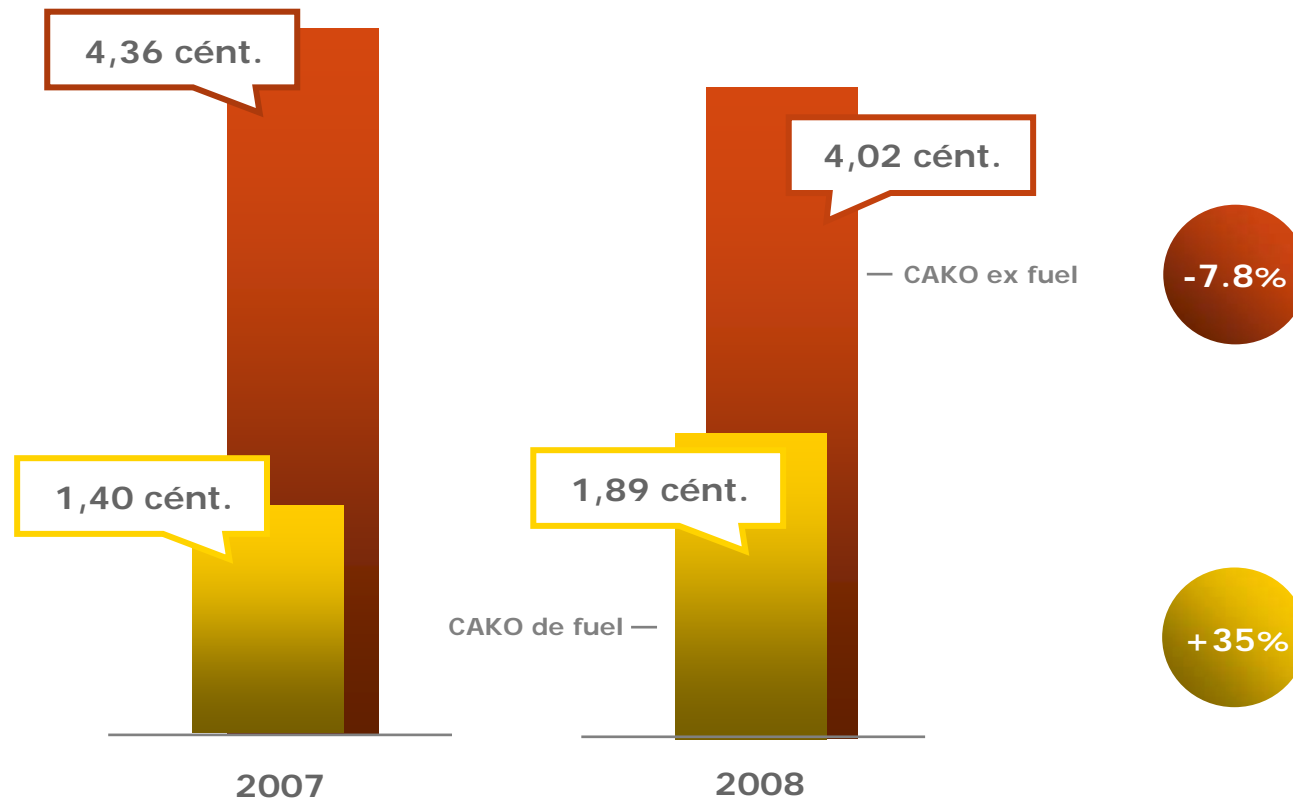
*Ebit sin costes de reestructuración



Fuente: Vueling

3. Incremento de la eficiencia y eficacia

Los costes unitarios se redujeron un 7,8%, prácticamente compensando el alza en el precio del fuel



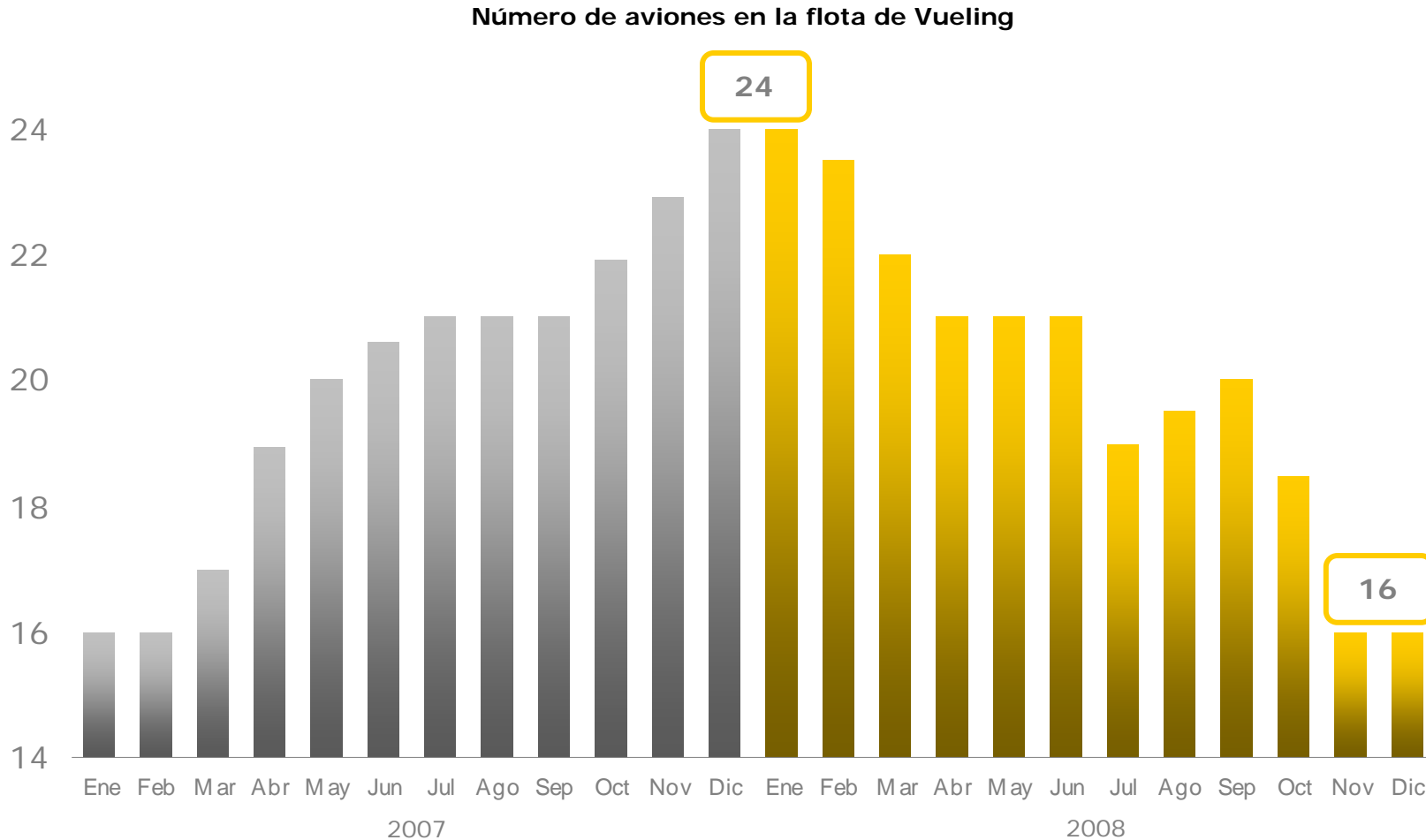
La base de costes de Vueling se ha situado entre las mejores de Europa

vueling

Fuente: Vueling

1. Optimización de capacidad y red (I)

Vueling redujo el tamaño de su flota en un 33% en apenas 10 meses...



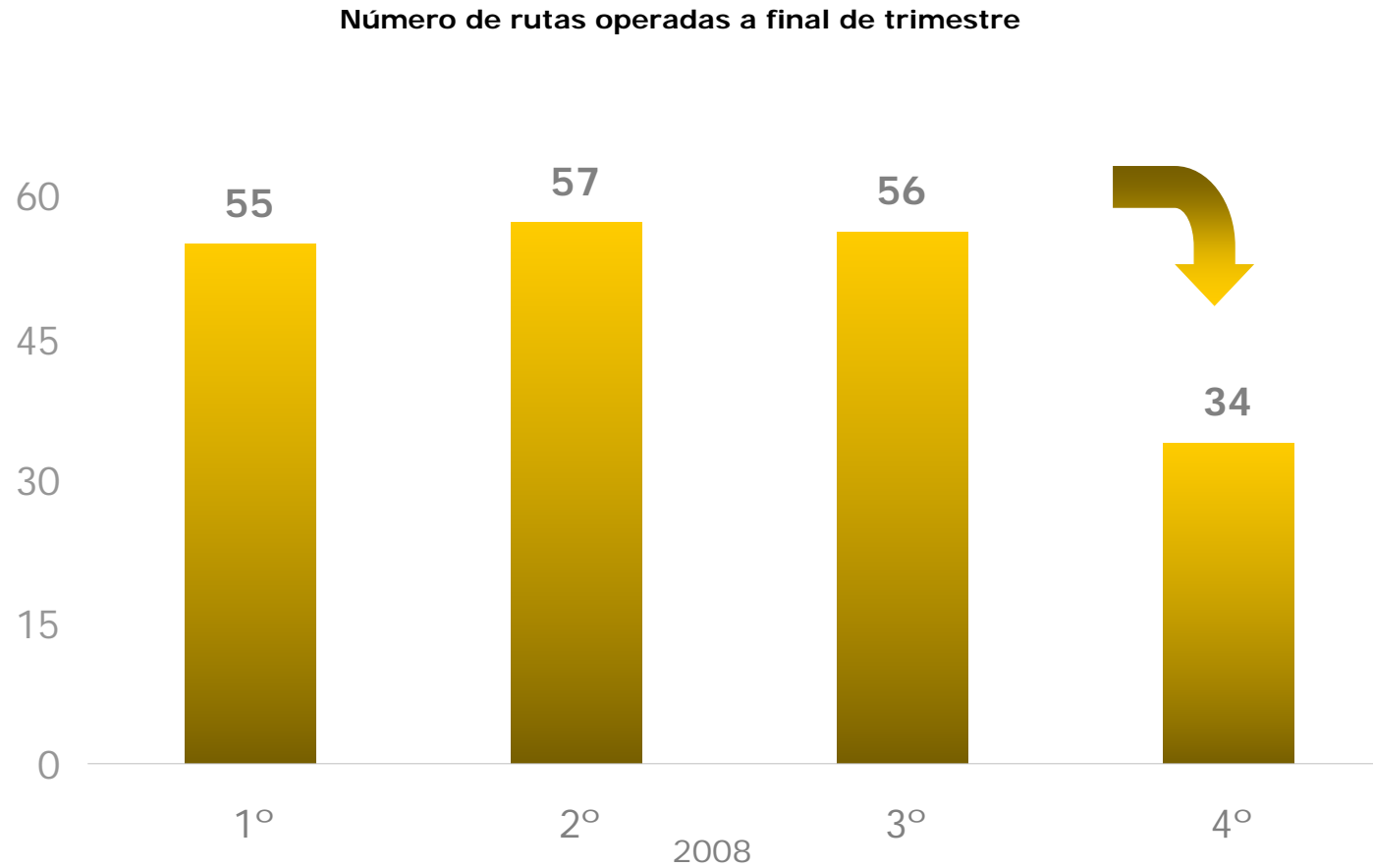
Vueling se ha adaptado rápido y sin penalizaciones a las circunstancias

vueling

Fuente: Vueling

1. Optimización de capacidad y red (II)

... eliminando, con ello, rutas no rentables...



Vueling se ha adaptado rápido y sin penalizaciones a las circunstancias

vueling

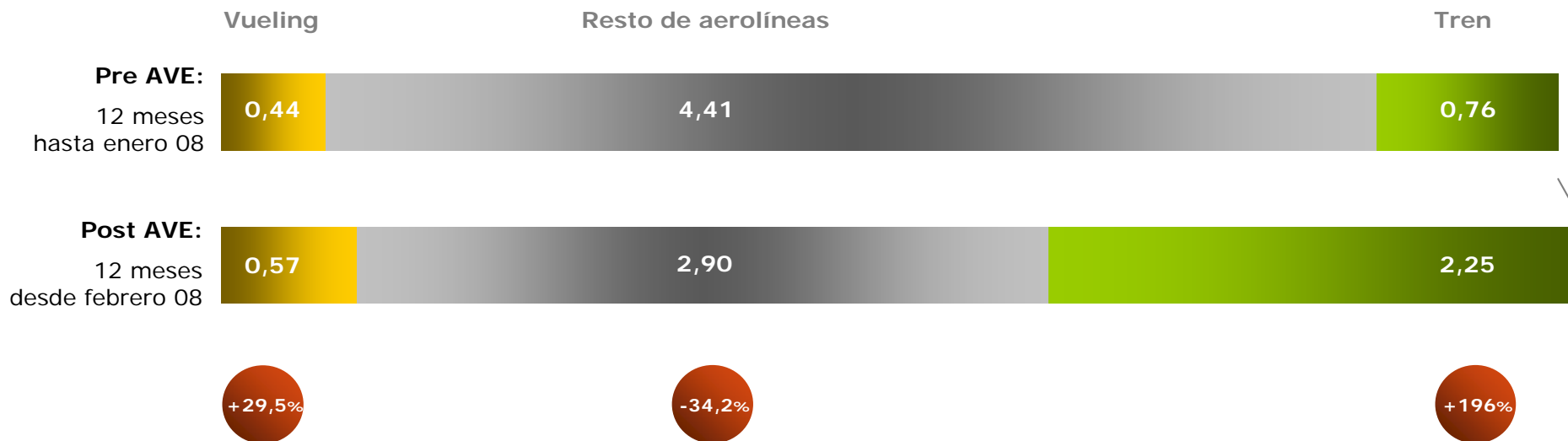
Fuente: Vueling

1. Optimización de capacidad y red (y III)

... y concentrándose en rutas de negocio, con un cliente de mayor valor añadido

Pasajeros en el corredor Barcelona-Madrid (tren y avión).
Millones de pasajeros

Crecimiento total: **+2,0%** en los 12 meses hasta enero de 2008



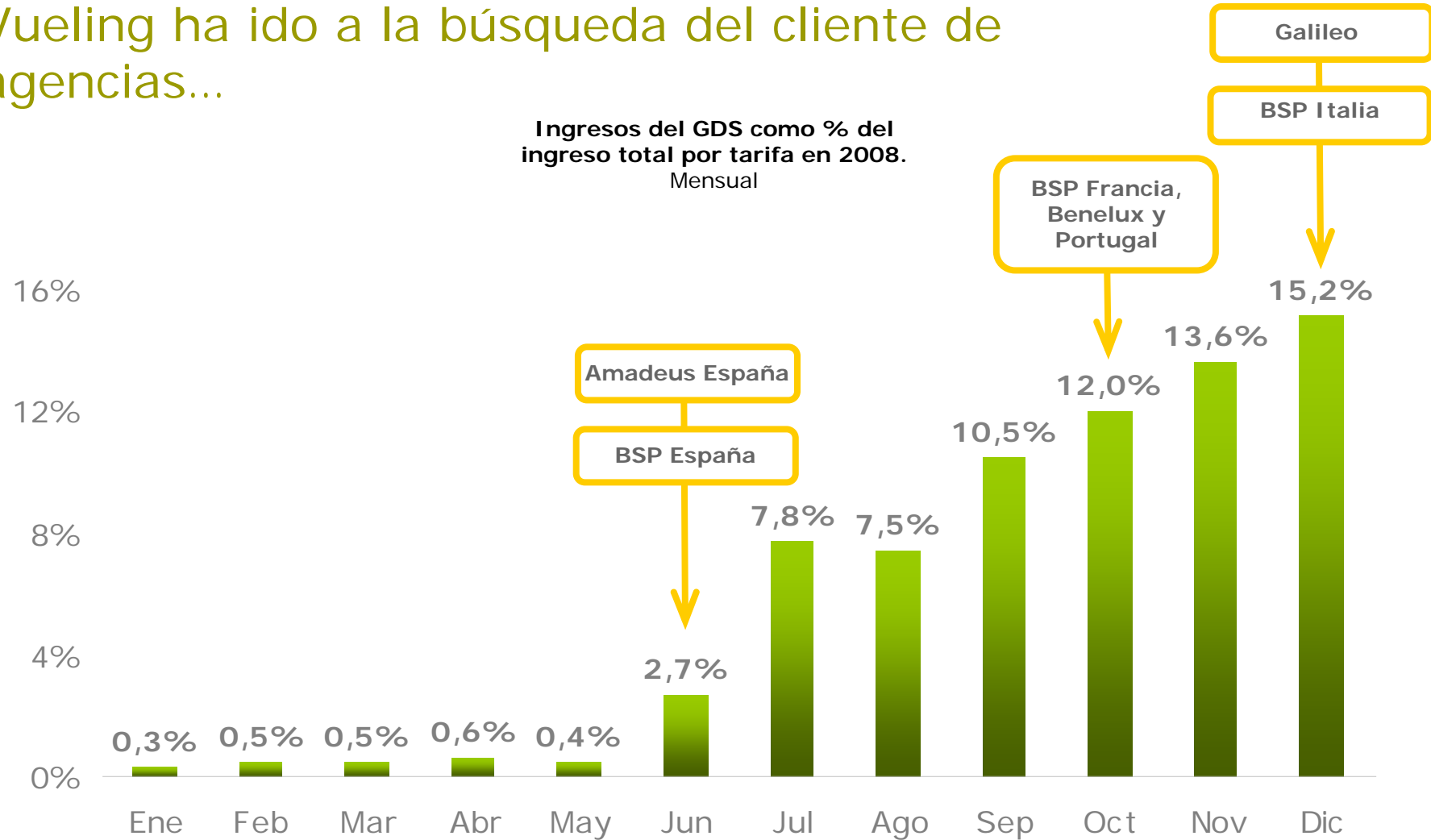
Vueling es la única aerolínea que crece en la ruta Barcelona-Madrid



Fuentes: Vueling; Ministerio de Fomento

2. Acceso a segmentos de mercado diferentes

Vueling ha ido a la búsqueda del cliente de agencias...



Vueling es la 1ª aerolínea de bajo coste 100% integrada en GDS

vueling

Fuente: Vueling

4. Incremento del ingreso accesorio (I)

Los nuevos productos accesorios han tenido mucho éxito...

The image shows a screenshot of the Vueling website's booking interface. On the left is a yellow sidebar with the 'vueling.com' logo and a search form. The search form includes options for 'FLIGHTS', 'FLIGHT+HOTEL', 'HOTELS', and 'CARS'. It has radio buttons for 'Round Trip' and 'One Way', dropdown menus for 'Tenerife (TFN)' and 'Destination', date pickers for 'Departing' and 'Returning' (both set to '14 Oct 2008'), and a 'No Passengers' section with dropdowns for '1 Adult', '0 Children', and '0 Infants'. A 'Search' button and a 'Resident / Large Family' checkbox are also present. On the right is a white main content area titled 'Change and itinerary' with a sub-header 'Change and itinerary' and a paragraph: 'Do you need to alter any details of your booking? Select the option you wish to change and follow the instructions provided to make the alteration.' Below this are several buttons: 'View booking', 'Allocate seat', 'Change flight', 'Request invoice', 'Purchase insurance', 'Add suitcase.', and 'Boarding Card'. At the top of the main content area are navigation links: 'Check-in Online', 'Vueling Cities', 'Conditions of Carriage', 'Changes and Itinerary', 'FAQs', and 'Punto Programme'. On the far right, there are three more buttons: 'Find the lowest fare', 'Group Reservations', and 'Hotel Deals', followed by a 'Vueling gift voucher' button. Red lines connect text labels to these buttons and search form elements.

Dynamic packaging

Alquiler de coches

Tasas de cambio

Asignación de asiento

Hoteles

Seguros

Tasa de equipaje

Bonos-regalo

Check-in Online

Vueling Cities

Conditions of Carriage

Changes and Itinerary

FAQs

Punto Programme

Change and itinerary

Do you need to alter any details of your booking? Select the option you wish to change and follow the instructions provided to make the alteration.

View booking

Allocate seat

Change flight

Request invoice

Purchase insurance

Add suitcase.

Boarding Card

Find the lowest fare

Group Reservations

Hotel Deals

Vueling gift voucher

FLIGHTS

FLIGHT+HOTEL

HOTELS

CARS

Round Trip

One Way

Tenerife (TFN)

Destination

Departing

14 Oct 2008

Returning

14 Oct 2008

No Passengers

1 Adult

0 Children 2 to 13 years

0 Infants 1 to 23 months

Search

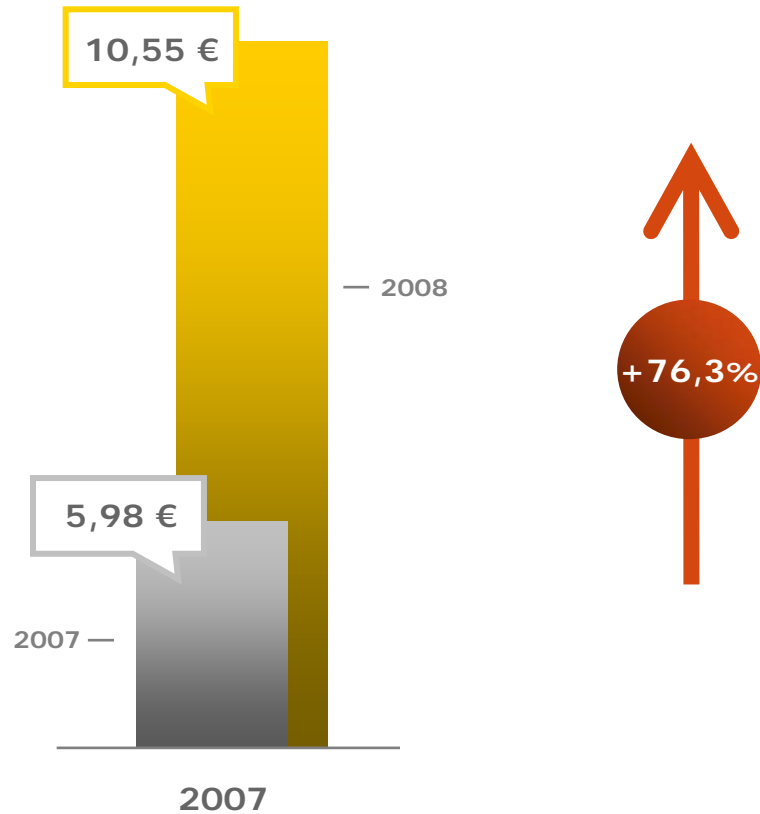
Resident / Large Family

... y con nuevos productos en la recámara

4. Incremento del ingreso accesorio (y II)

... proporcionando un crecimiento robusto a lo largo del año

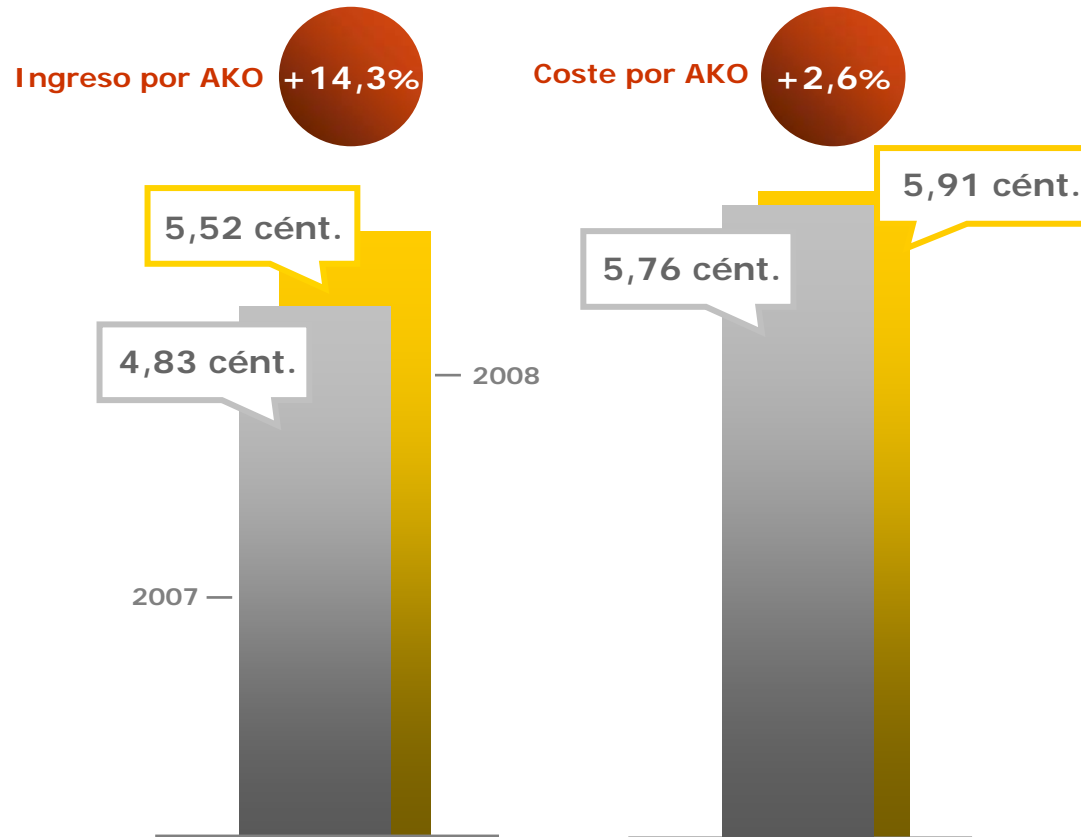
Ingreso accesorio por pasajero. Euros



Los nuevos productos han sido clave en el incremento de la recaudación

Resultado del plan de mejora (I)

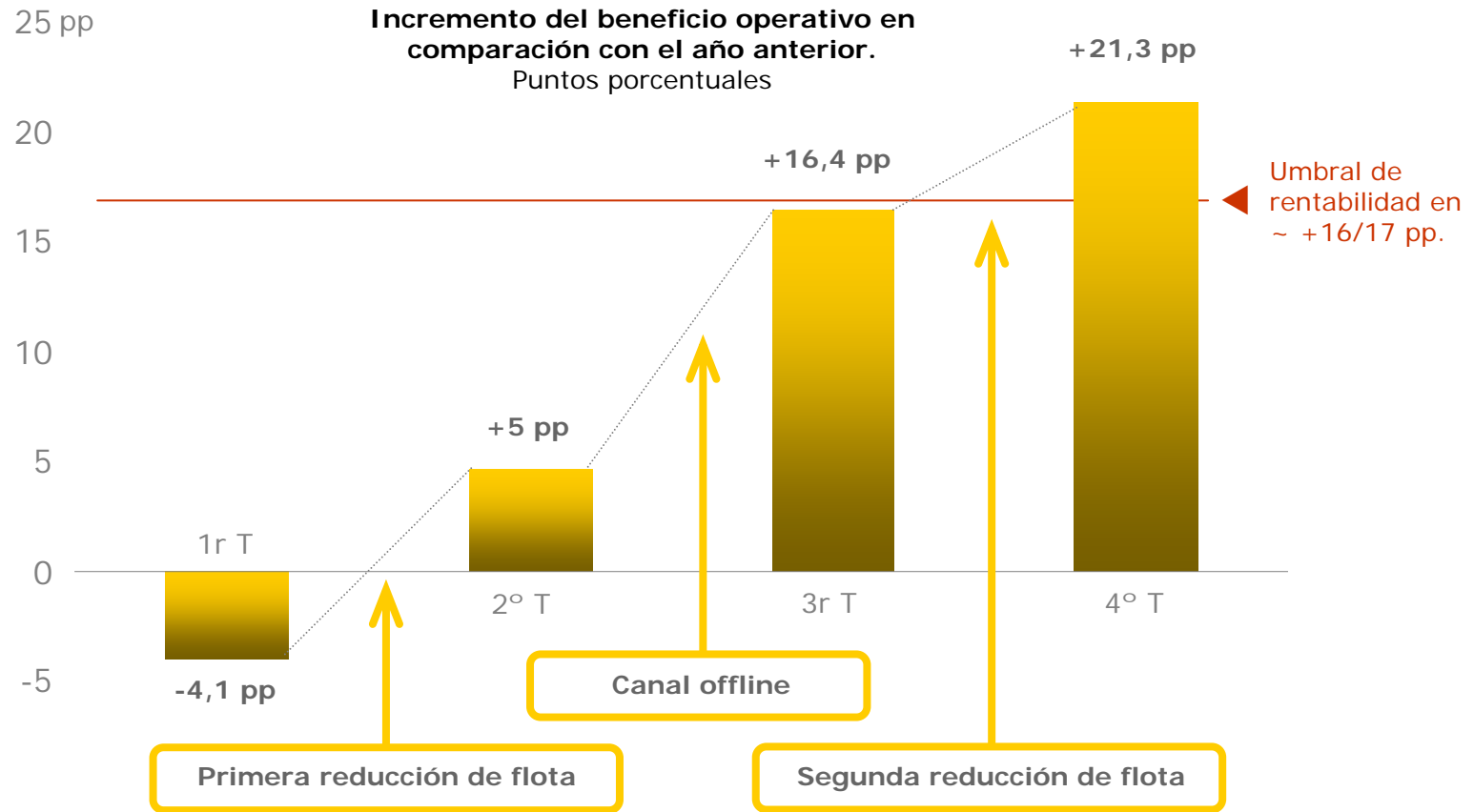
El plan de mejora de Vueling ha conseguido un notable incremento en los ingresos y un férreo control en los gastos



La combinación de ambas variables ha permitido una mejora notable en los márgenes

Resultado del plan de mejora (II)

Vueling ha superado el umbral de rentabilidad como consecuencia del plan de mejora



Vueling es rentable desde el segundo semestre de 2008

Cuenta de Pérdidas y Ganancias 2008

Miles de Euros

	2008	2007 ⁽¹⁾	% Var.
Ingresos de explotación	437.613	362.673	21%
Gastos de explotación	475.854	434.397	10%
Resultado de explotación (EBIT)	(38.241)	(71.724)	(47%)
Resultado financiero	(357)	4.572	n.r.
Resultado antes de impuestos	(38.598)	(67.152)	(43%)
Impuestos sobre beneficios	47.137	(11.733)	n.r.
Resultado del ejercicio	8.539	(78.485)	(111%)
EBIT sin costes de reestructuración	(30.825)	(71.724)	(57%)

(1) Las cifras de 2007 corresponden a una reestimación a efectos de comparación (no auditadas)

Balance de situación a 31 de diciembre de 2008

Miles de Euros

	2008	2007 ⁽¹⁾	% Var.
Activo no corriente	84.019	32.089	162%
Activo corriente	63.165	98.935	(36%)
Total activo	147.184	131.024	12%
Patrimonio Neto	46.154	10.160	354%
Pasivo no corriente	21.777	12.890	69%
Pasivo corriente	79.253	107.974	(27%)
Total Patrimonio Neto y Pasivo	147.184	131.024	12%

(1) Las cifras de 2007 corresponden a una reestimación a efectos de comparación (no auditadas)

Situación del sector

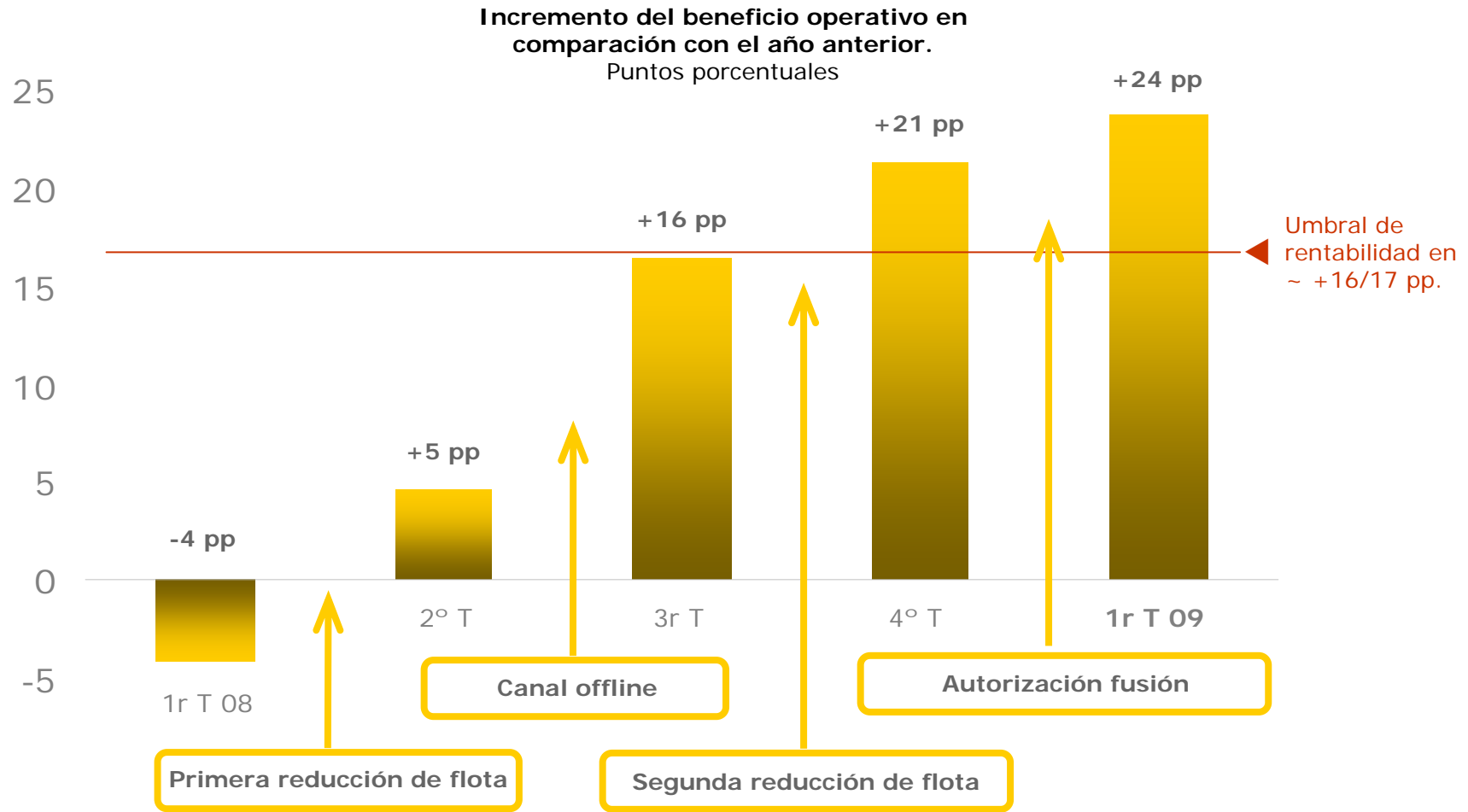
Resultados del ejercicio 2008

Evolución reciente

Fusión con Clickair

vueling[•]

La mejora conseguida durante el 2008 se está prolongando en 2009



Vueling es rentable desde el segundo semestre de 2008

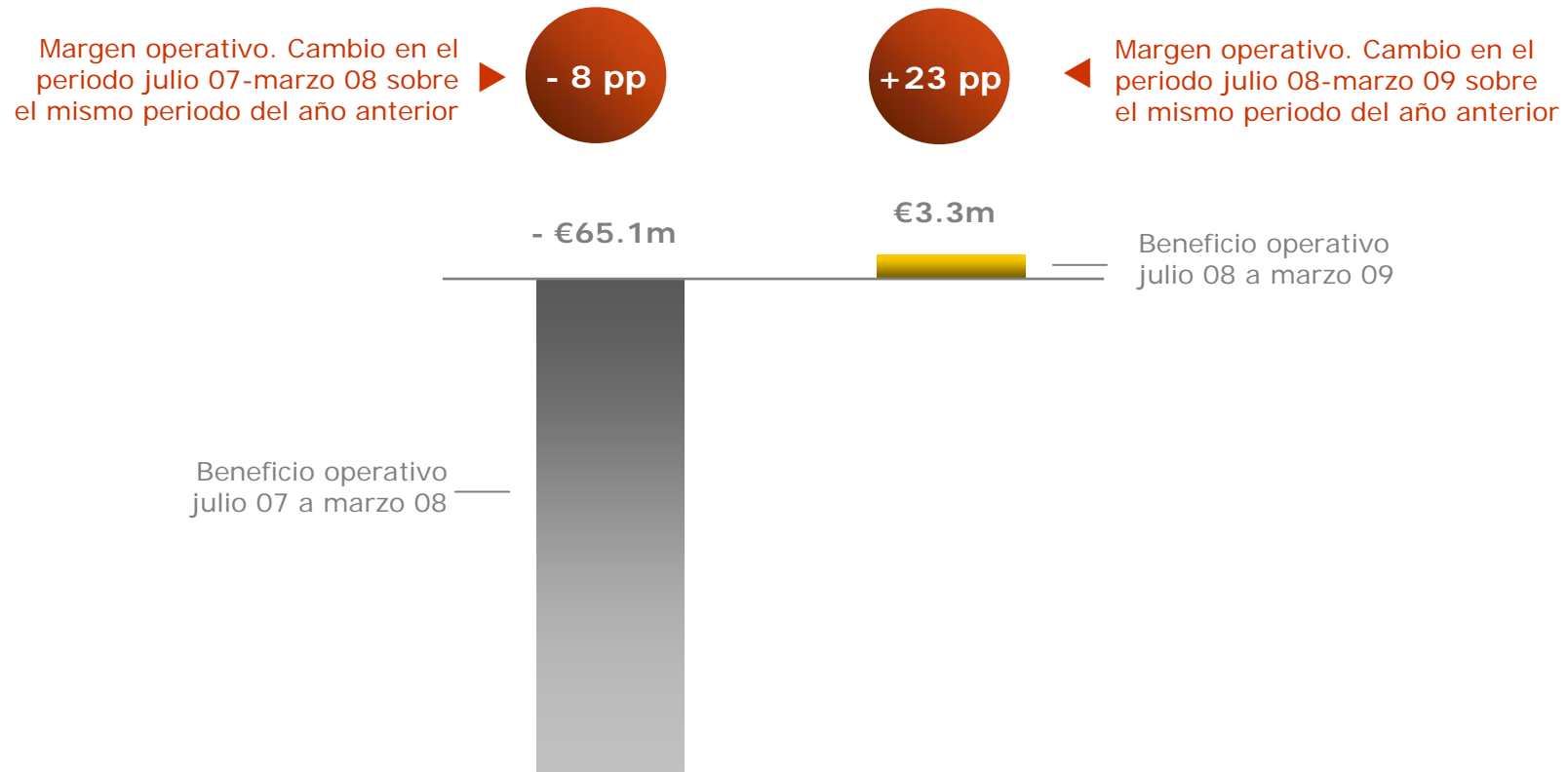


Fuente: Vueling

Los nueve meses estancos desde la implementación del plan muestran una compañía ya en beneficios

Incremento del beneficio operativo en comparación con el año anterior.

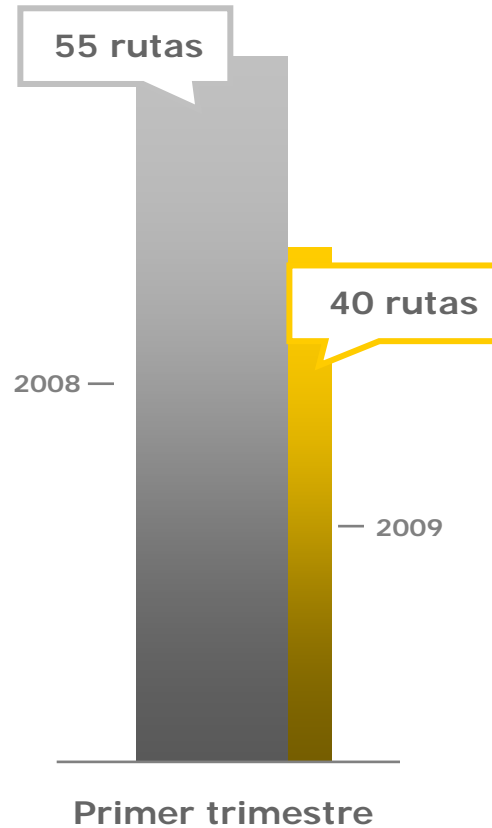
Puntos porcentuales (abajo) y millones de euros (arriba)



Vueling ya ha entrado en beneficios

Durante el primer trimestre ha continuado la eliminación de rutas no rentables...

Número de rutas operadas a final de trimestre

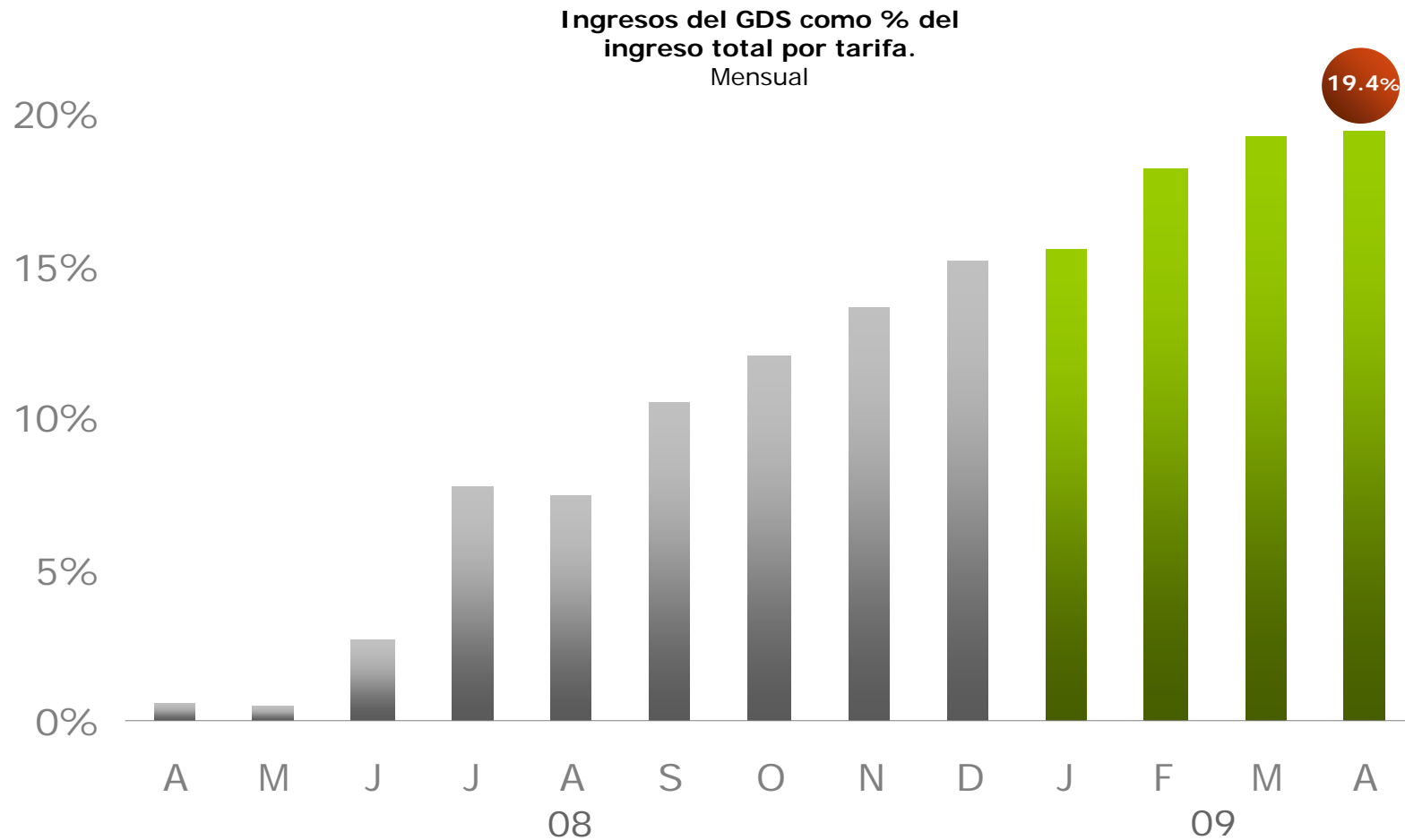


Vueling ha demostrado gran capacidad de adaptación a las circunstancias



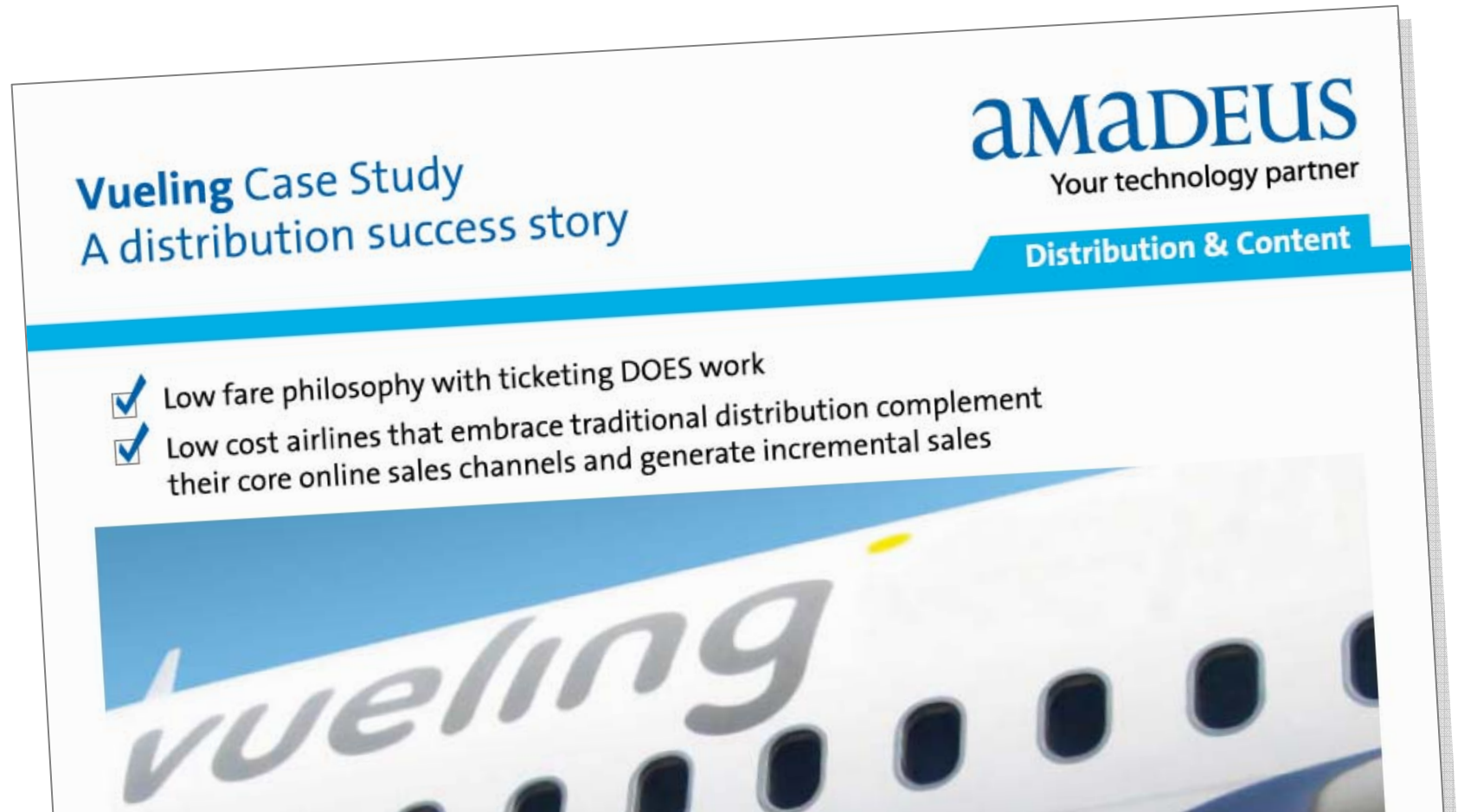
Fuente: Vueling

Las ventas por GDS han seguido creciendo durante el primer trimestre de 2009



El GDS se está convirtiendo en uno de los principales sostenes de la compañía

El éxito de la implementación del GDS en Vueling ha sido ampliamente reconocido

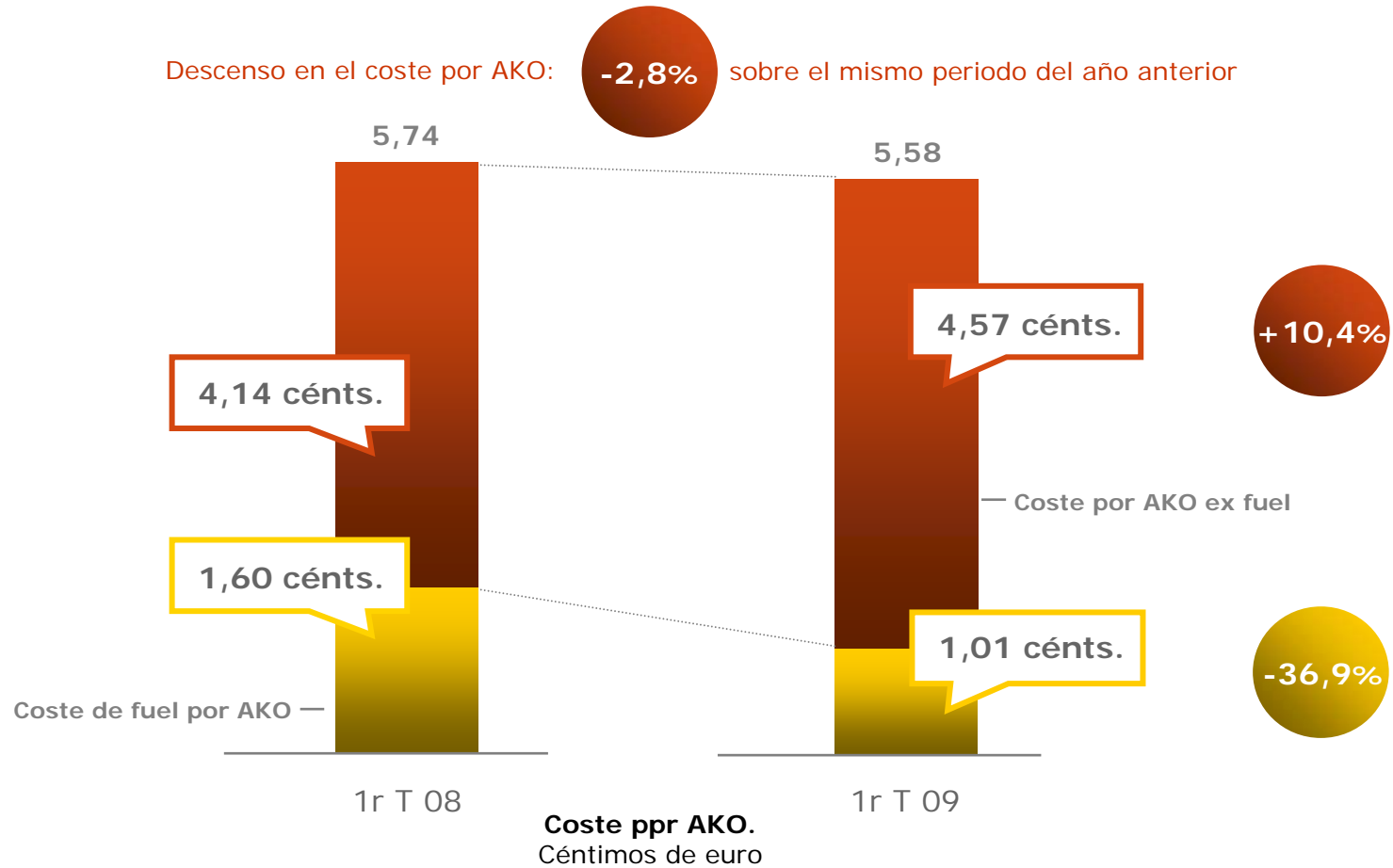


Vueling es la 1ª aerolínea de bajo coste 100% integrada en GDS

vueling

Fuente: Amadeus

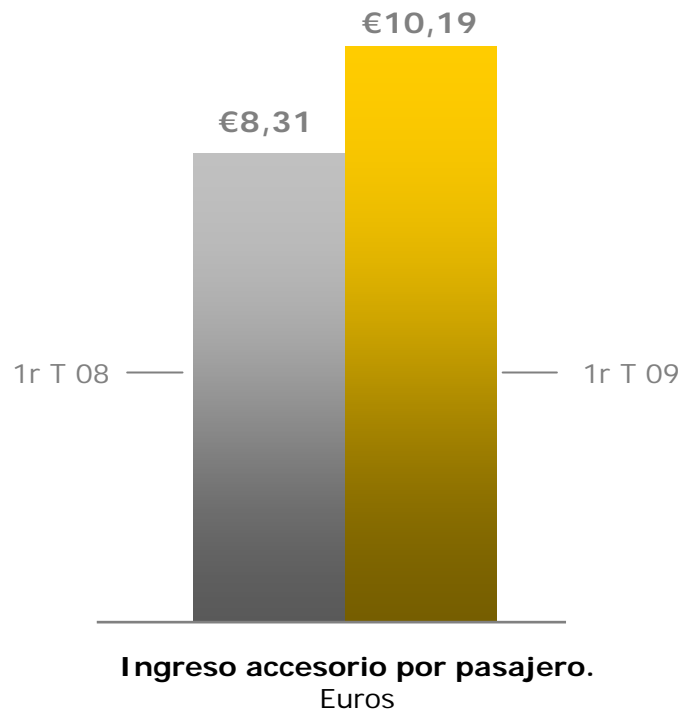
La reducción de la base de costes sigue siendo una área de mejora



Conseguir mayores eficiencias en costes es ahora una prioridad

Los ingresos accesorios se han mantenido a la par con el incremento general de ingresos en Vueling

Incremento en el ingreso accesorio por pasajero **+22,6%** sobre el primer trimestre de 2008



Mejores y peores productos accesorios.
Cambio sobre el año anterior en euros por pasajero

Asiento XL, asignación de asiento	+147,1%
Hoteles	+136,8%
Tasa de tarjeta de crédito	+49,3%
Tasa de equipaje	+34,4%
sin embargo...	
Seguros	(58,7%)

▲ Efecto de la nueva política "opt-in" de la Unión Europea

Los accesorios crecen a pesar de los ya de por sí altos niveles de partida

Se experimentará una mejora muy significativa durante el segundo trimestre del año

Basado en...	
Ventas por GDS	La incorporación de Galileo refuerza la estrategia en GDS
Sinergias en ingresos	Se están capturando ya sinergias de la fusión
Efecto Semana Santa	Efecto positivo en abril
Reducción de la base de costes	Mayor utilización de los aparatos → menores costes unitarios
	Seguirá la reducción de los costes de fuel
	Seguirá la reducción en costes fijos
Coberturas	Posición positiva tanto en fuel como en dólar

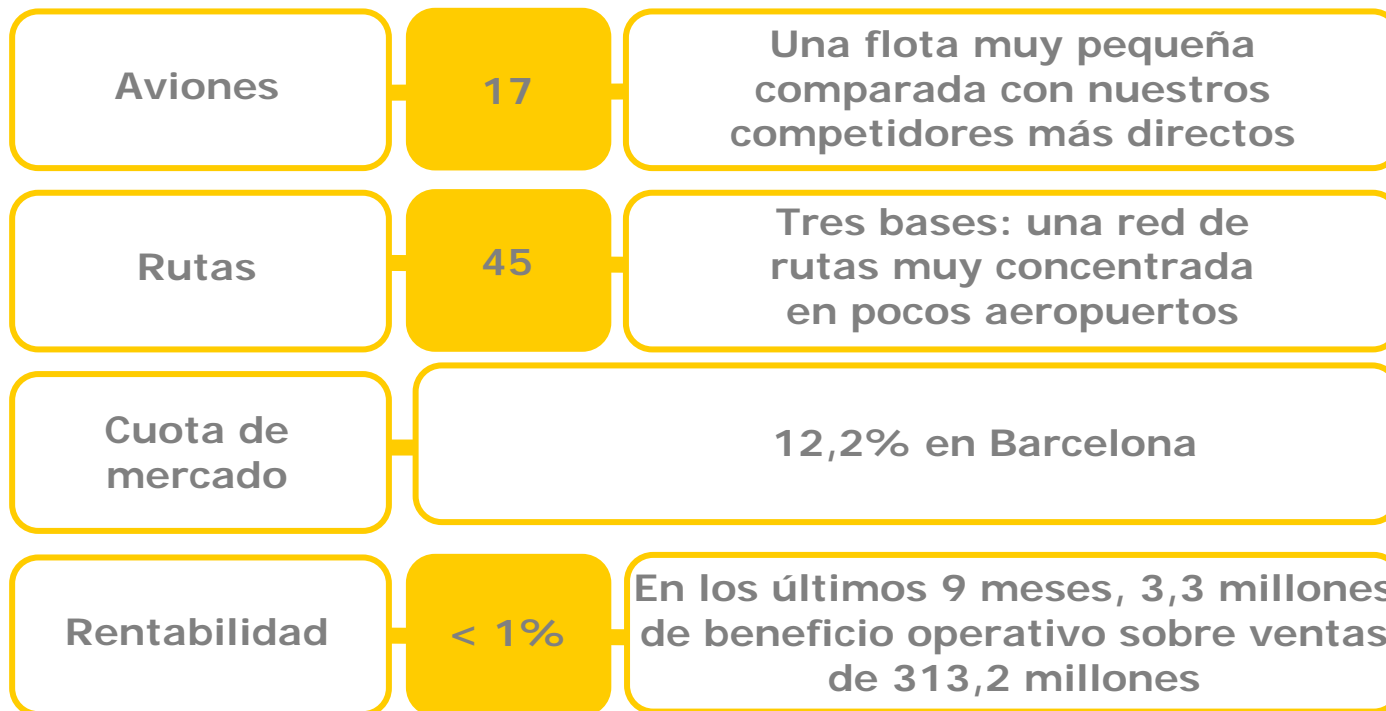
Situación del sector

Resultados del ejercicio 2008

Evolución reciente

Fusión con Clickair

Vueling sigue siendo una empresa pequeña, con una rentabilidad ajustada



Fuente: Vueling

Quién es Clickair



Aviones	18	Una flota muy pequeña comparada con sus competidores más directos
Rutas	48	Cinco bases: una red de rutas muy concentrada en pocos aeropuertos
Cuota de mercado	14,4% en Barcelona	

Cuenta de Pérdidas y Ganancias comparativa 2008

Miles de Euros



2008⁽¹⁾

2008⁽¹⁾

Ingresos de explotación	444.364	437.613
Gastos de explotación	490.001	475.854
Resultado de explotación (EBIT)	(45.637)	(38.241)
Resultado financiero	(745)	(357)
Resultado antes de impuestos	(46.382)	(38.598)
Impuestos sobre beneficios	13.838	47.137
Resultado del ejercicio	(32.544)	8.539
EBIT sin costes de reestructuración	(14.284)	(30.825)




(1) Según cuentas anuales



Fuente: Vueling; Clickair

Balance comparativo a 31 de diciembre de 2008

Miles de Euros

	 2008⁽¹⁾	 2008⁽²⁾ con incr. capital	 2008⁽¹⁾
Activo no corriente	89.228	89.228	84.019
Activo corriente – Pasivo corriente	(30.419)	(9.419)	(16.088)
Total activo – pasivo corriente	58.809	79.809	67.931
Pasivo no corriente	31.802	31.802	21.777
Total activo – pasivo	27.007	48.007	46.154
Patrimonio Neto	27.007	48.007	46.154

(1) Según cuentas anuales

(2) Según informe Deloitte, S.L. sobre balance proforma. Incluye ampliación de capital por 21 millones de Euros y asientos de conversión



Fuente: Vueling; Clickair

Visión de Compañía: Una aerolínea de nueva generación con dimensión europea

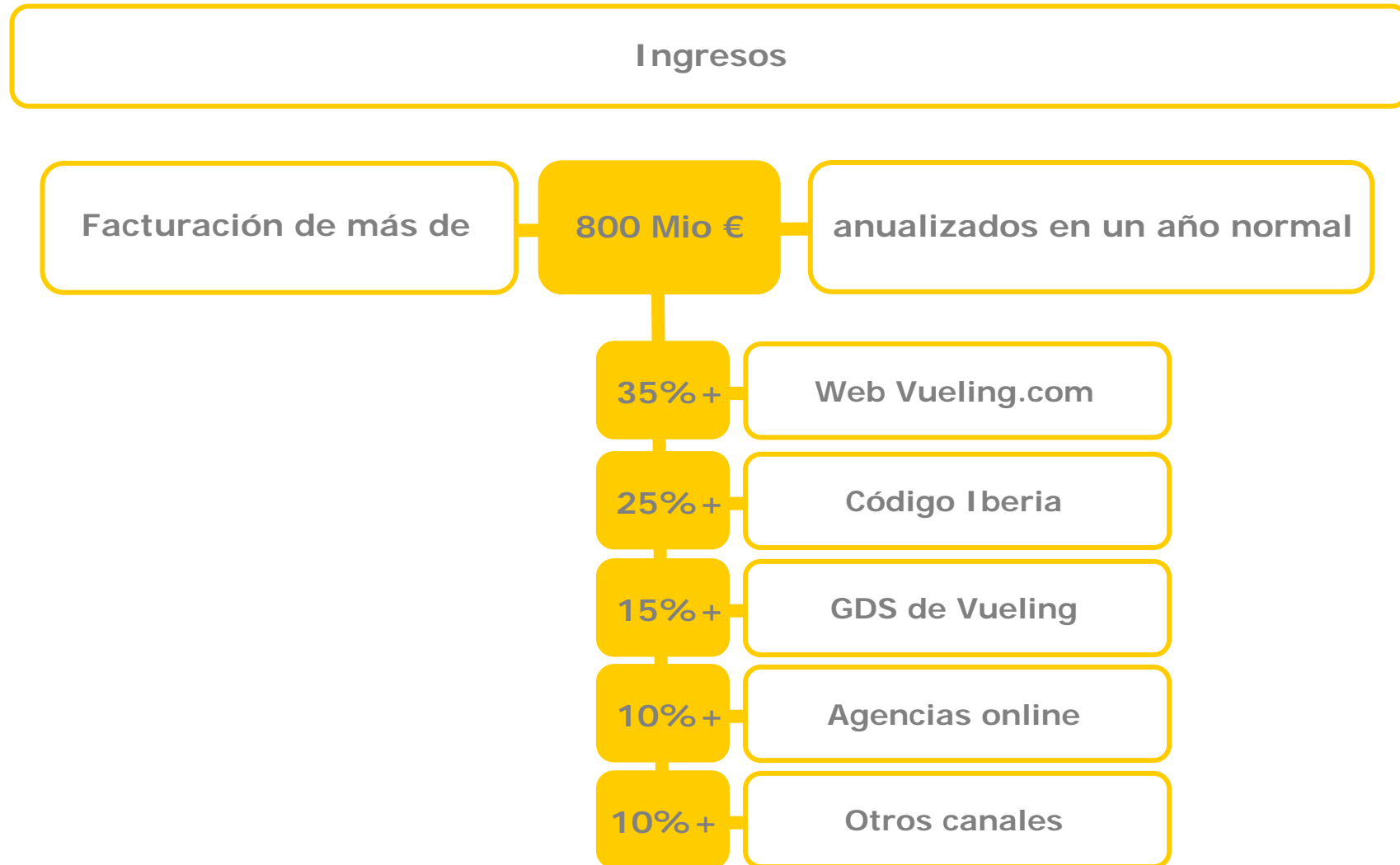
18 países
46 aeropuertos
7 bases
92 rutas



Ciudades Vueling
Mapa 01.06.09

La fusión creará un producto más atractivo para el cliente

Visión de la nueva compañía



Visión de la nueva compañía

Sinergias*

Sinergias de ingresos de **entre 40 y 45 Mio €** anualizados en un año normal

Sinergias de costes a tres años vista de hasta **75 Mio €**

*Estimación inicial de sinergias a revisar en la preparación del presupuesto final

Qué aporta cada compañía

1. Marca Vueling: una marca fuerte y consistente

Expansión

MÁRKETING Y PUBLICIDAD

UN ESTUDIO DE LA CONSULTORA ALLEGRO 234 SITÚA A LA AEROLÍNEA CONTROLADA POR LA FAMILIA LARA COMO LA MARCA ESPAÑOLA MÁS 'COOL'. MIENTRAS LA CREADORA DEL IPHONE ES LA MÁS RECONOCIDA EN EL MUNDO.

Vueling, la Apple española

Ignasi Pujol, Barcelona

El consejo de administración de la aerolínea de bajo coste Clickair aprobará hoy el proyecto de fusión con Vueling, tal como hizo el órgano de gobierno de la compañía controlada por la familia Lara el pasado viernes. La compañía resultante, que se convertirá en la tercera aerolínea española, estará liderada por Iberia, que contará con un 45% del capital, pero despegará con los colores de Vueling.



«Expansión», 17 de febrero de 2009

vueling

Fuente: Expansión

Qué aporta cada compañía

2. Operativa Clickair: eficiente y de costes muy contenidos



Qué aporta cada compañía

3. Iberia: apoyo de un sólido socio industrial



IB5000 e Iberia Plus contribuirán decisivamente al crecimiento de Vueling

vueling

Qué aporta cada compañía

4. Sinergias de costes: estructura y publicidad

De dos marcas vamos a operar una sola



La nueva compañía operará bajo la marca Vueling y se capturarán ahorros derivados de pasar de operar con dos marcas a una sola con la consiguiente reducción de gastos publicitarios.

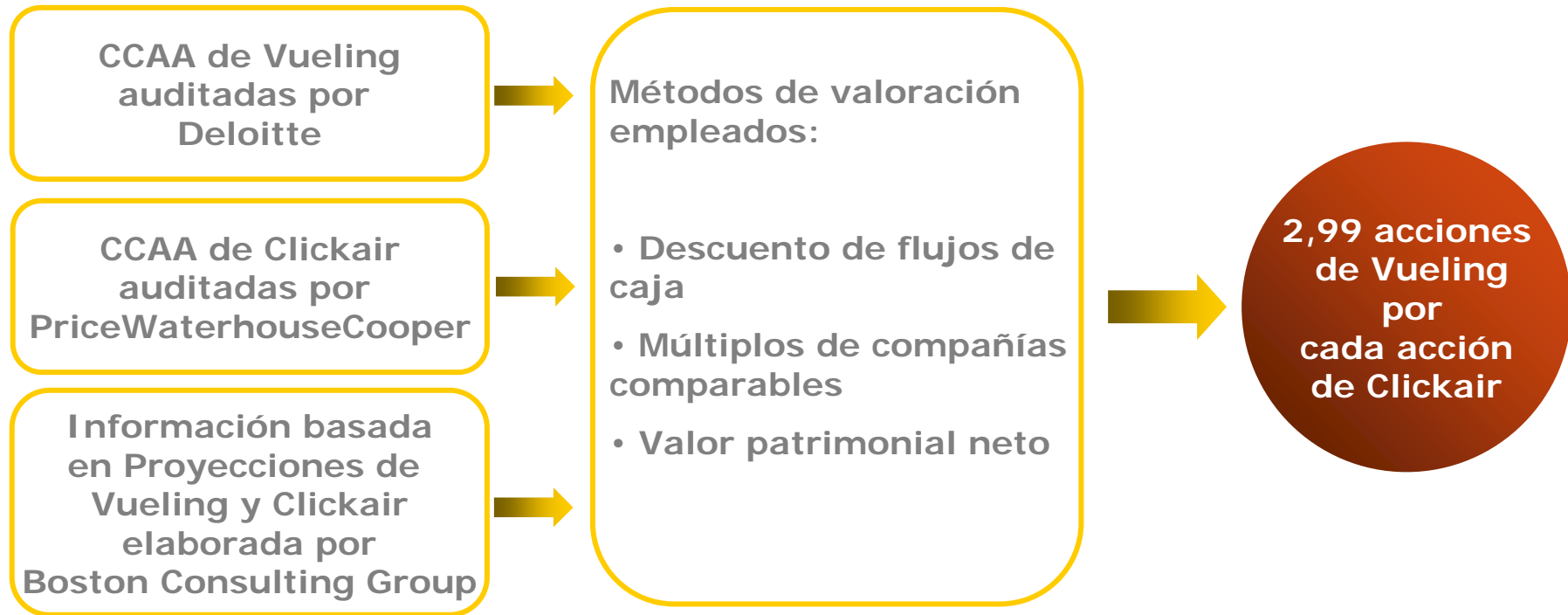
De dos sedes a una sola



Adicionalmente se producirán significativas sinergias por ahorros en las estructuras centrales derivados de la eliminación de funciones y cargos duplicados así como de las economías de escala derivadas del mayor tamaño y una única oficina.

vueling

Determinación de la ecuación de canje



La ecuación de canje supone asignar el mismo valor a Vueling y a Clickair

Informes de terceros sobre la ecuación de canje

- **Informe de Nomura** al Consejo de Administración de Vueling de fecha 13 de febrero de 2009 que incluye su opinión de que **la relación de canje es equitativa** para los accionistas de Vueling
- **Informe de AZ Capital** al Consejo de Administración de Clickair de fecha 18 de febrero de 2009 que incluye su opinión de que **la relación de canje es equitativa** para los accionistas de Clickair
- **Informe del experto independiente** nombrado por el Registro Mercantil, Ernst & Young de fecha 19 de marzo de 2009 (1) en los siguientes términos:

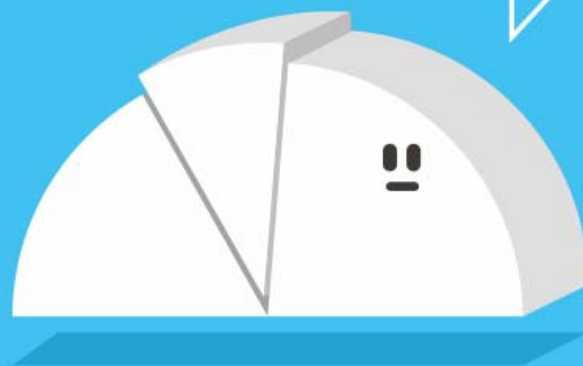
La metodología aplicada en la determinación del valor real de las Sociedades **es razonable y adecuada** en le contexto y las circunstancias de la operación planteada, justificando los resultados obtenidos de dicha aplicación el tipo de canje previsto en el proyecto de fusión.

(1) La versión completa del informe de Ernst & Young está disponible en www.vueling.com y fue remitida como hecho relevante a la Comisión Nacional del Mercaod de Valores en fecha 27 de marzo de 2009

flying today means

vueling

**JUNTA
GENERAL
ORDINARIA Y
EXTRAORDINARIA
DE ACCIONISTAS.**



EL PRAT DE LLOBREGAT, 5 DE MAYO DE 2009