

Vueling Airlines 1Q 2008 Results

May 15th, 2008



Vueling by MTV. Designer: 3TTMan



Agenda

First Quarter 2008 results review

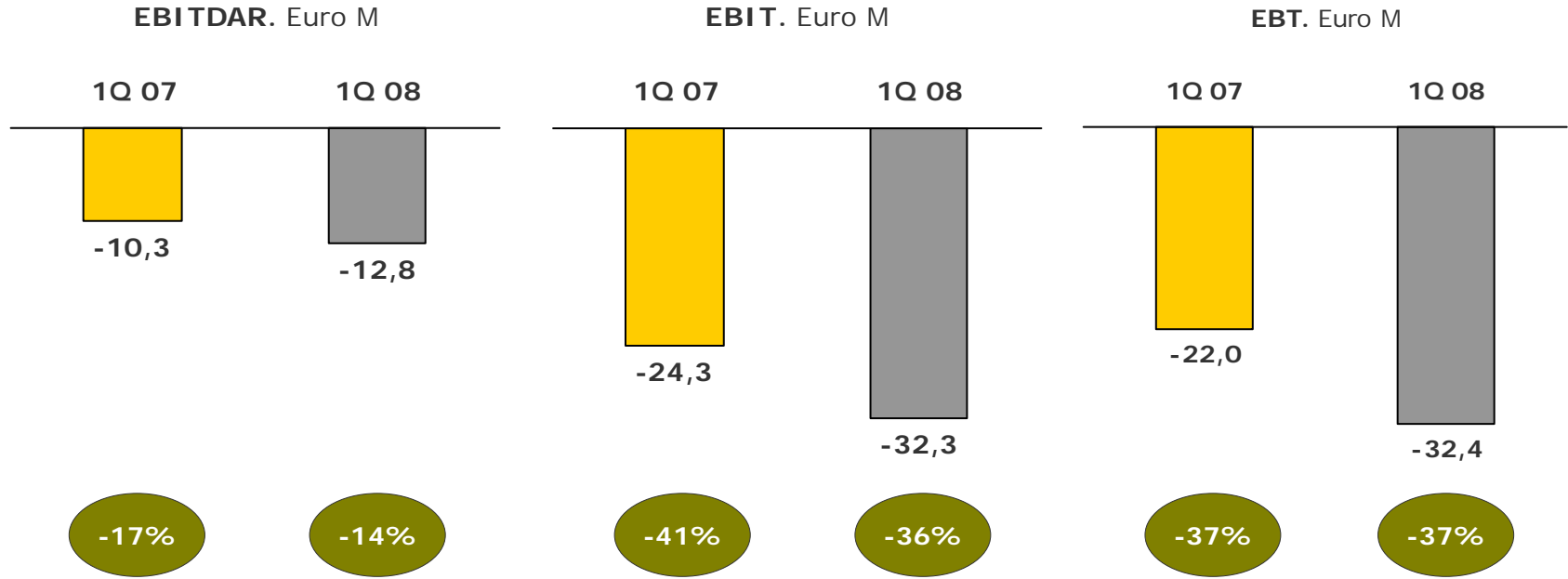
2008 improvement plan



In a quarter of transition, Vueling incurred in pre-tax losses of €32,4 M

Main financial magnitudes for 1Q08

 % gross revenue



€ 58 M
cash position as
of 31th of March



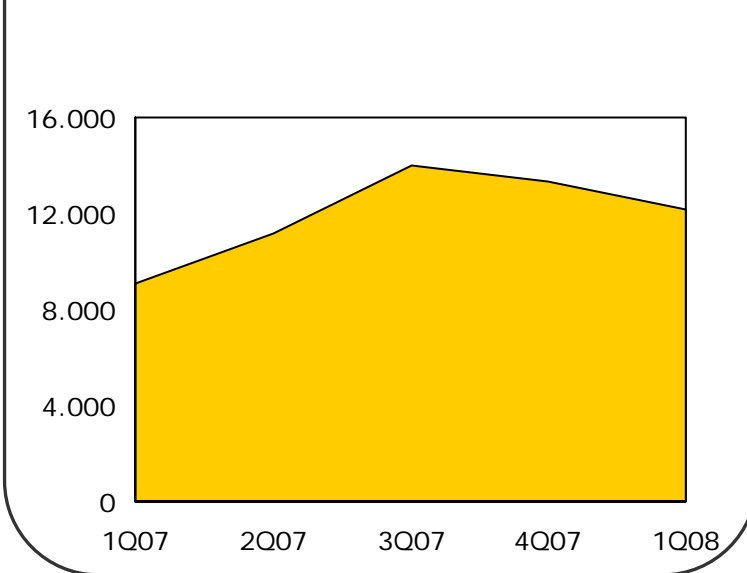
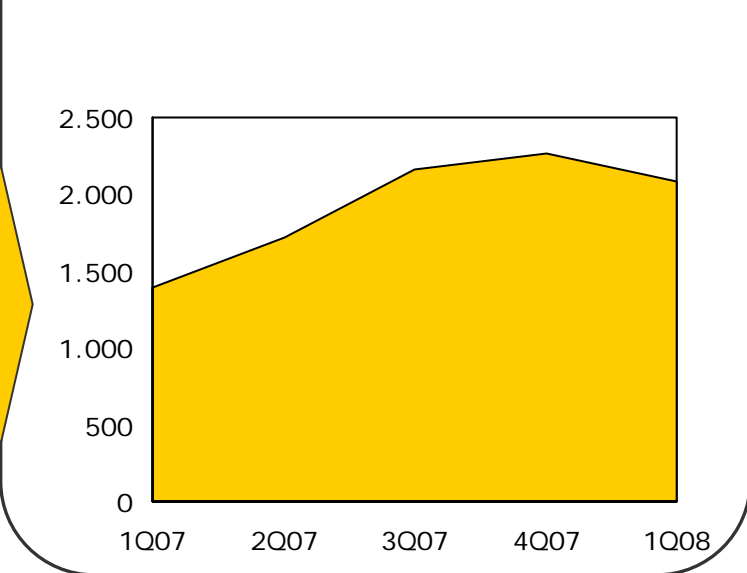
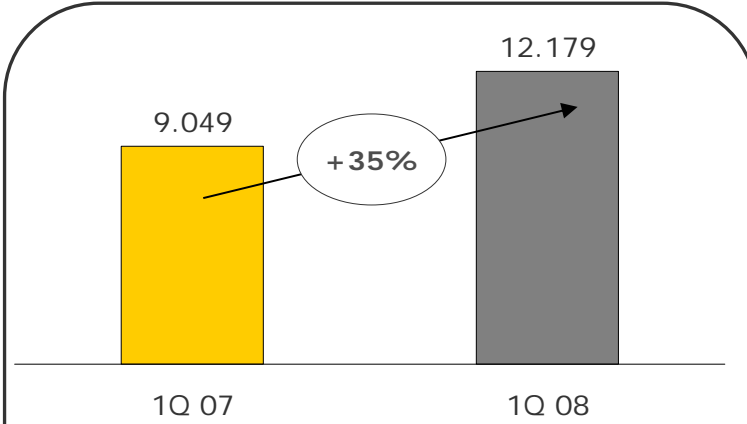
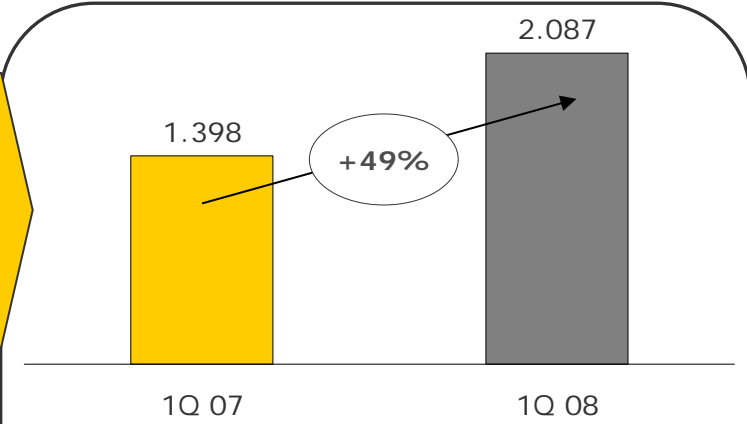
Although a capacity optimization process has been initiated, the increased activity has been the key driver behind the increase in losses

Number of ASKs. Millions

Number of Flights

Increase Year on Year activity

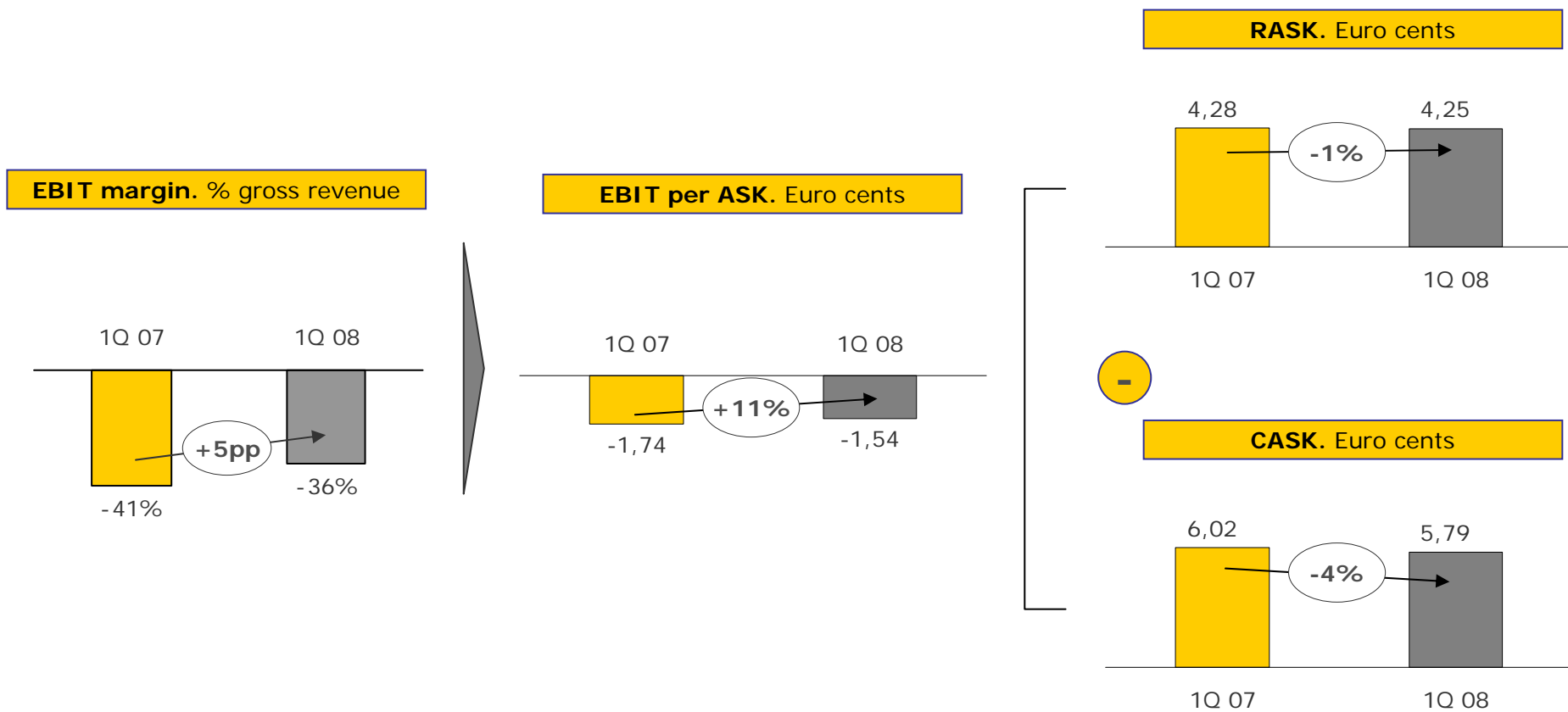
Capacity optimization process



Note: ASKs expressed in Great Circle Distance
Source: vueling. Unaudited figures. Financial data under Spanish GAAP



However, Vueling has been able to improve EBIT margin being more efficient in cost



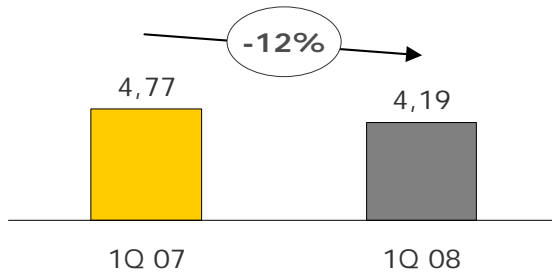
Note: ASKs expressed in Great Circle Distance

Source: vueling. Unaudited figures. Financial data under Spanish GAAP

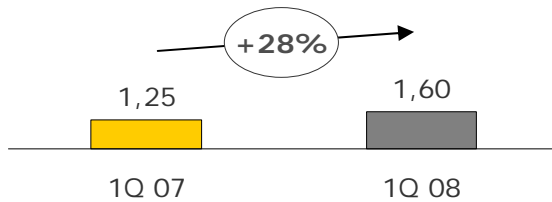


Vueling has continued lowering its ex fuel cost, over-compensating the fuel cost increase

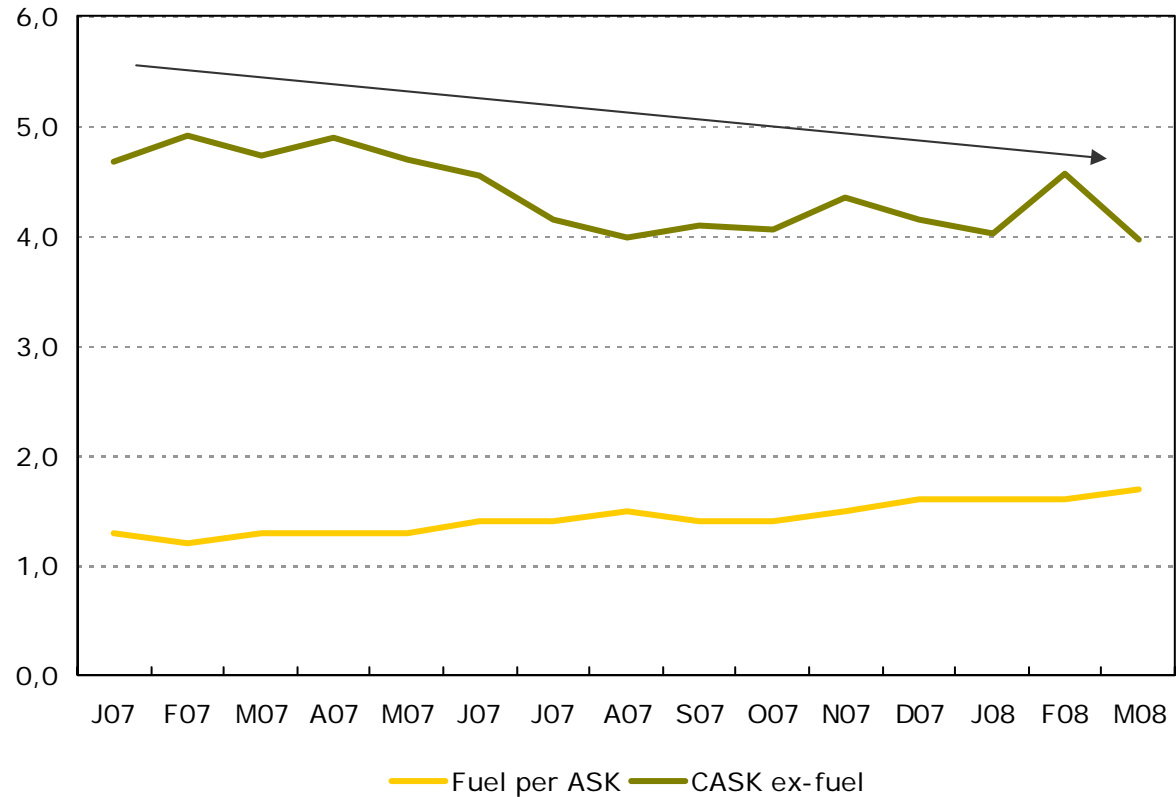
CASK ex-fuel. Euro cents



Fuel per ASK. Euro cents



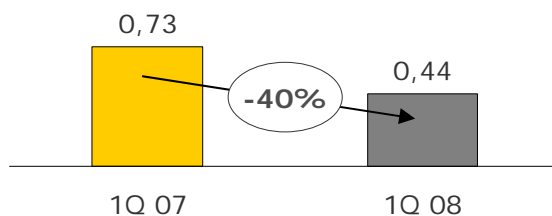
Cost per ASK. Euro cents



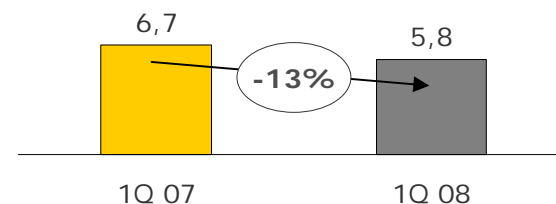
The main cost savings come from advertising and handling



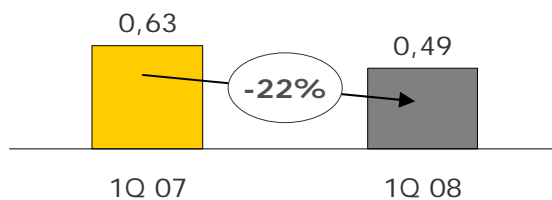
Cost per ASK. Euro cents



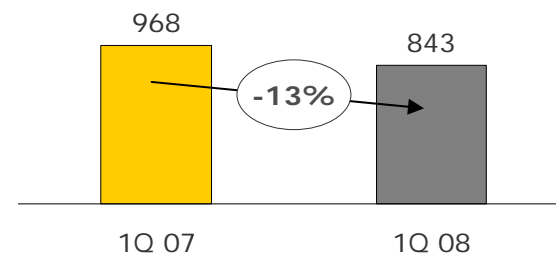
Cost per pax sold. Euro



Cost per ASK. Euro cents



Cost per turnaround. Euro



Note: ASKs expressed in Great Circle Distance

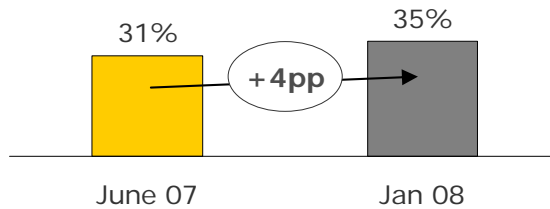
Source: vueling. Unaudited figures. Financial data under Spanish GAAP



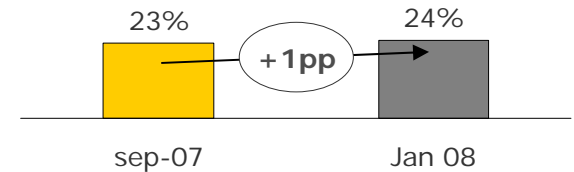
These savings have not had negative business impact



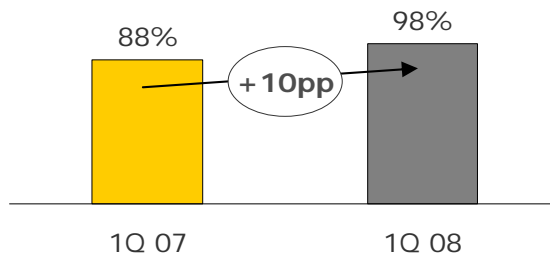
Spontaneous brand awareness in BCN
% surveyed people



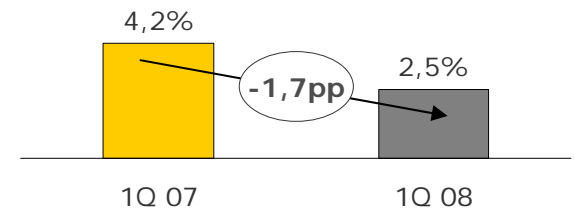
Spontaneous Brand Awareness in SVQ
% surveyed people



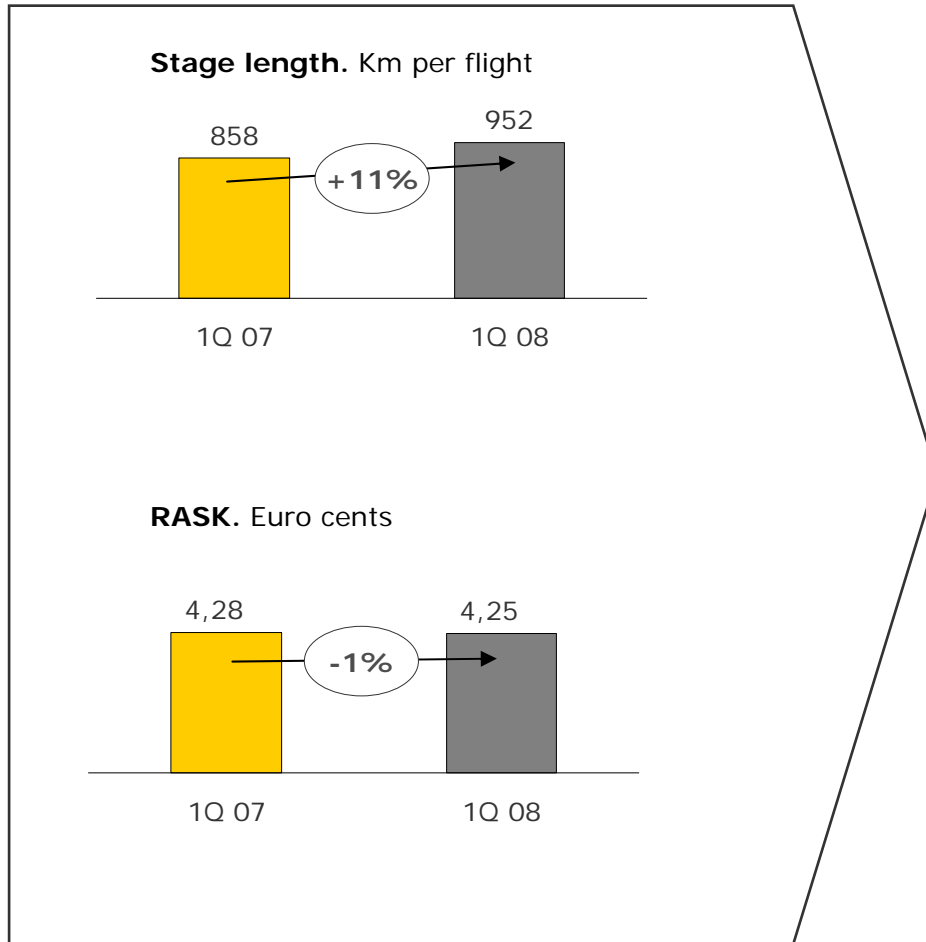
Last bag delivered in less than 30'.
% flights



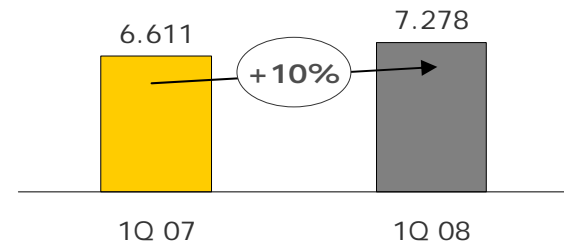
Lost bags. % bags transported



In the revenue side, revenue per flight maximization has been the main focus



Revenue per flight. Euros



Despite a significant stage length increase, RASK levels have remained stable



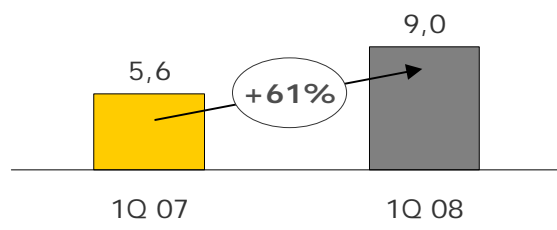
Vueling has continued increasing its pure ancillary revenue and adjusting the trade-off between fare levels and load factor

Increase pure ancillary revenue

Activities

- New products since last year:
 - Baggage fee
 - XL seat
 - Credit and Debit Card fee
- Recent actions
 - Launch of seat assignment fee
 - Excess baggage price increase

Pure ancillary per pax. Euro

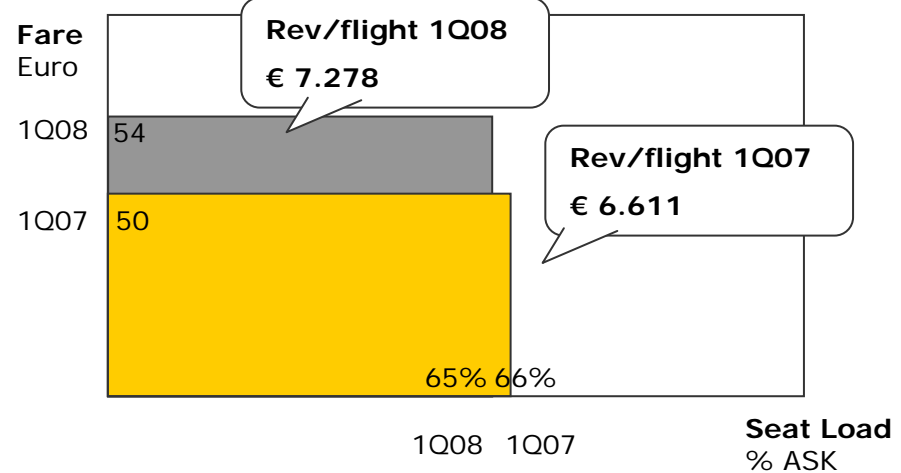


Maximize revenue per flight

Activities

- Adjust trade-off between fare levels and load factor
- Increase price level
- Selective promotions
- Shift to channels with higher average fare and lower anticipation
- Introduce overbooking

Revenue per flight. Euro



Note 1: ASKs expressed in Great Circle Distance
 Note 2: Ancillary revenue represents only pure ancillary, therefore no fee is included
 Source: vueling. Unaudited figures. Financial data under Spanish GAAP



Agenda

First Quarter 2008 results review

2008 improvement plan



2008 Improvement Plan

Improvement plan objective

- Sensible reduction of 2008 losses in respect to 2007 even with higher average fuel prices
- Focusing towards achieving profitability during 2009

Main initiatives

Capacity and network optimization

- Cancel non-profitable routes
- Adjust capacity to maintain or increase productivity

Increase efficiency

- Manageable costs: Overhead, crew productivity, handling...
- Revenue management practices

Access different market segments

- Develop off-line channels
- Complement current offer with flex-fare product

Continue developing ancillary revenue

- Launch new products
- Adjust prices to maximize revenue



Capacity and network optimization has being initiated

Activities

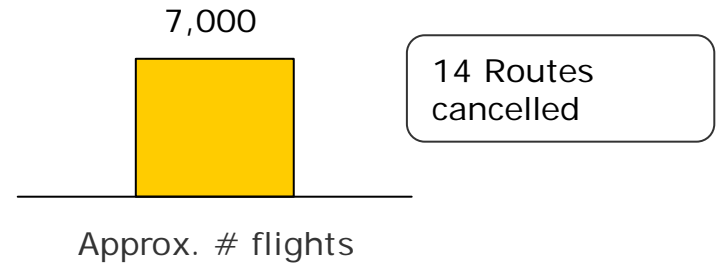
Network optimization

- Cancellation of non-profitable routes and flights
- Capacity assigned to Canary Islands

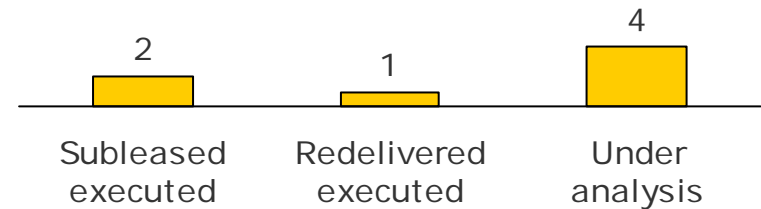
Adjust capacity

- Release Aircrafts operating non-profitable routes
- Maximize utilization of AC
- Maximizing short-term excess capacity through wet leases and subcharters

Routes and approx. flights cancelled within 1Q08



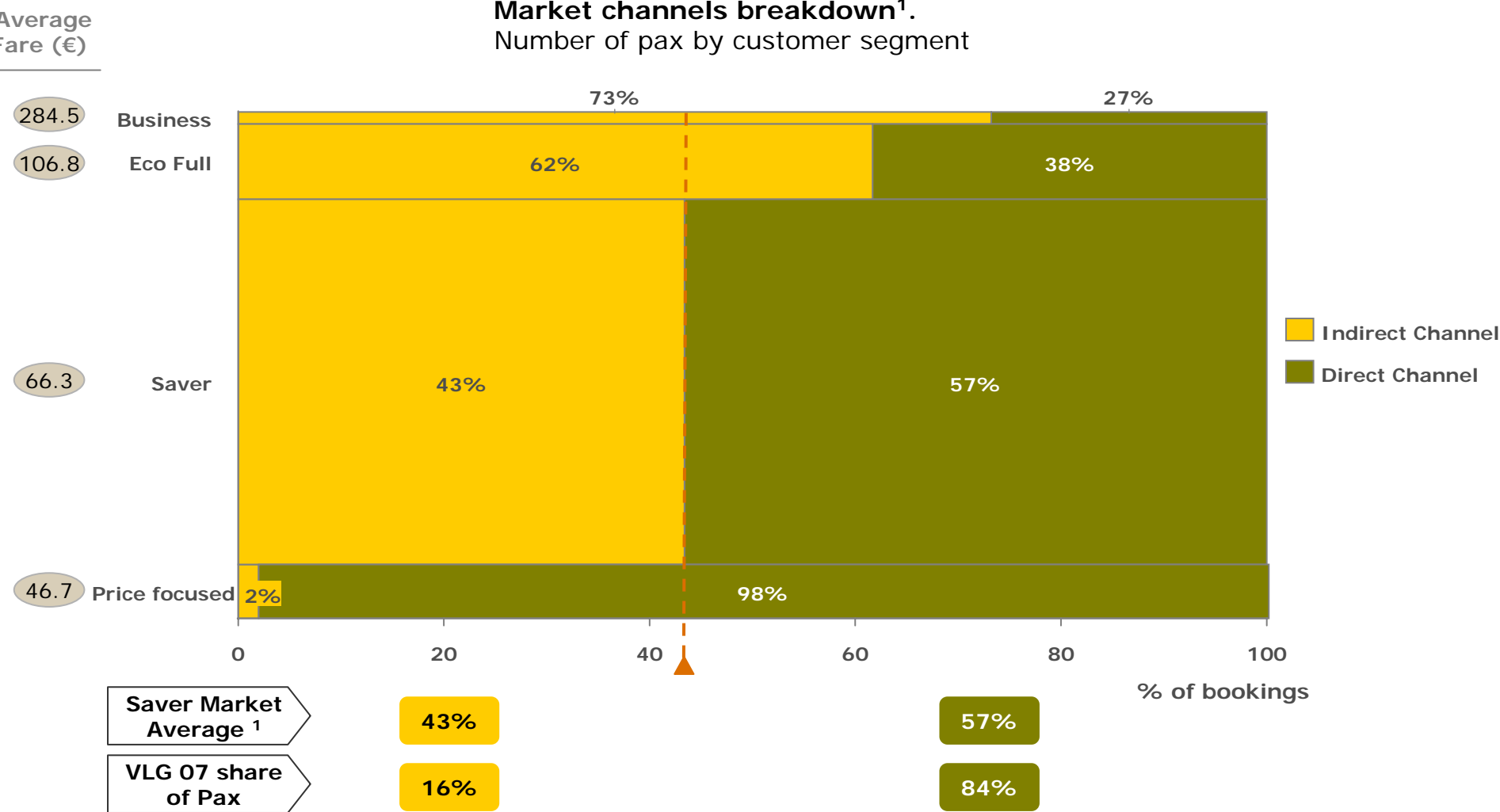
Number of Aircrafts over which decisions are being considered in 1Q08



Vueling will focus on developing the indirect channel that, in its segment, represents 43% of the market

ILLUSTRATIVE

Market channels breakdown¹. Number of pax by customer segment



1. Domestic and Spain-Europe passengers
Source: Paxis Plus and internal estimates



Additionally, Vueling will complement its offering with an additional product

Flex product

Saver product

Enhanced product oriented towards business traffic:

- Segmented Check In
- Free checked baggage
- Priority Boarding
- First rows seating
- More FFP points
- No overbooking

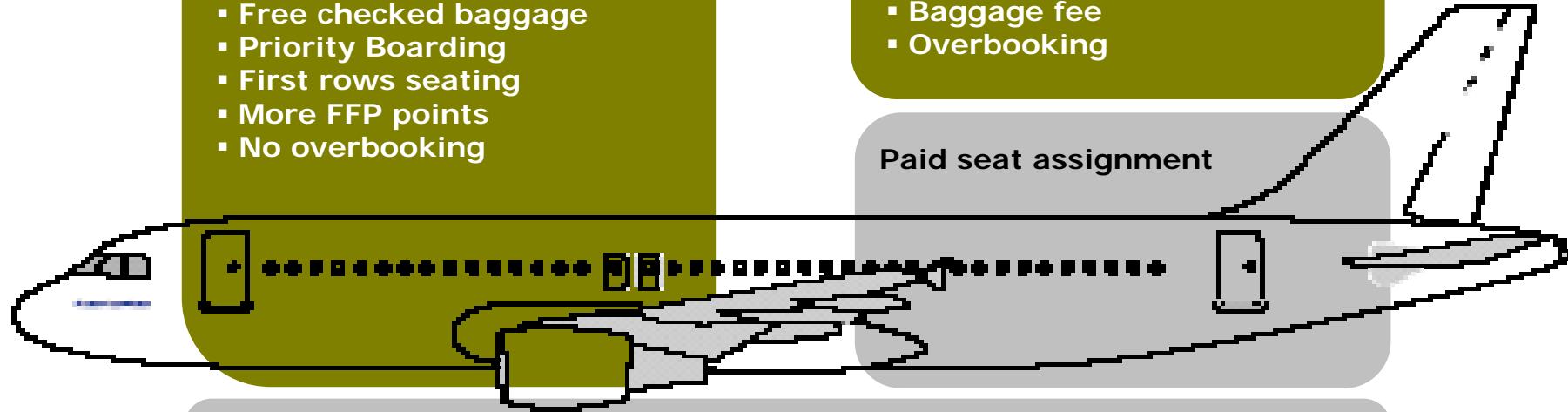
Basic product targeted towards leisure traffic:

- No seat selection
- Baggage fee
- Overbooking

Paid seat assignment

Paid ancillaries

- XL seats
- Empty middle seat
- On board sales
- Dynamic packaging
- Hotel/Car reservation
- Insurance
- SMS
- Credit card



vueling[•]





Vueling by MTV, designed by 3TTMan

Vueling Airlines' Q1 2008 Results

May 15th, 2008

For more information:

Vueling Airlines, SA
Press and Public Relations +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com



In a quarter of transition, Vueling incurred pre-tax losses of €32.4m

In spite of activity levels increasing by 50% YOY, Vueling started a capacity-optimization process during the quarter

Unit operating margin (EBIT) improved 5pp, despite lower absolute margins due to activity level

Cost per ASK ex fuel decreased 13% YOY, reaching in March its lowest cost-base ever at €3.96 cents

All-time high fuel price—a 28% YOY increase—was more than offset by important improvement in ex-fuel costs, lowering Vueling’s cost-base, fuel included, by 4% in relation to Q1 07

Barcelona, May 15th, 2008 .- Vueling Airlines, the new-generation airline, today announced pre-tax losses of €32.4m for the first quarter ended in March 31st, 2008. Traffic for the period grew by 32% to 1.4m passengers, while total income per passenger grew by 12% to €62.6 per passenger, and consequently total revenue climbed 48% to €88.6m.

Unit costs excluding fuel dropped by 12%, and those including fuel prices did so by 4%, in spite of all-time high oil prices, which led to fuel costs rising by 28%. Total operating costs increased 44% to €120.8m. As a result, Vueling’s unit operating margin (EBIT) for the quarter improved by 5 points to a (36%) margin on sales for a total EBIT negative margin of €32.2m. Total earnings before taxes amounted to €32.4m.

Summary table of results (Spanish GAAP)

	Q1 07	Q1 08	% change
Total number of passengers ('000)	1,072	1,416	32.1%
Total revenue (€ '000)	59,825	88,640	48.2%
Total expenditure (€ '000)	84,135	120,875	43.7%
Loss before taxes (€ '000)	(22,014)	(32,381)	47.1%
EBIT margin (%)	(41%)	(36%)	+5pp

Productivity enhancement was Vueling’s main focus during the quarter, which translated in aircraft, crew, and route optimization. Such initiatives, which were implemented during the period, are expected to come in full swing during Q2 and Q3. As a result of these initiatives being put in place, Vueling expects an improved result in 2008 with regards to 2007, in spite of higher oil prices.

For more information:

Vueling Airlines, SA
Press and Public Relations +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com



COSTS

Vueling more than offset fuel prices with management-led improvements and improved USD/EUR exchange rate while at the same time achieved in March its lowest ex-fuel cost-base ever

Vueling's Q1 unit costs were below those recorded in the same period of 2007. All-time high fuel prices were more than offset through management-led improvements in the cost base and the favourable evolution of the US dollar/Euro exchange rate.

(€ cent)	Q107	Q108	% change
CASK ex fuel	4.77	4.19	(12.2%)
Fuel cost per ASK	1.25	1.60	28.0%
CASK incl. fuel	6.02	5.79	(3.8%)

(ASKs calculated as great-circle distance)

Vueling continued its downward trend on its ex-fuel CASK and in March it achieved its lowest monthly ex-fuel cost-base ever.

(€ cent)	Q1 08		
	Jan	Feb	Mar
CASK ex fuel	4.01	4.56	3.96
Fuel cost per ASK	1.56	1.56	1.67
CASK incl. fuel	5.57	6.12	5.63

(ASKs calculated as great-circle distance)

Within the management-led improvements, handling and advertising were the two areas where most of the savings were achieved. In the handling case, it was the continuation of a downward process started in the second quarter of 2007, which allowed the company to achieve even lower costs in the area.

	Q1 07	Q1 08	% change
Handling costs per ASK (€ cent)	0.63	0.49	(22.2%)
Handling cost per flight (€)	968	843	(12.9%)

Savings in advertising, on the other hand, were the consequence of Vueling having achieved a mature level of brand awareness, in line with a consumer-brand status at some of its bases.

For more information:

Vueling Airlines, SA
Press and Public Relations +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com



Total brand-awareness level by base

	Jun 07	Jan 08
Barcelona	83,0%	84,8%
Madrid	76,5%	75,3%
Seville	69,2%*	67,0%
Paris	12,0%	46,7%

(*Sep 07)

These brand-awareness levels allow the company to reduce its commercial and marketing budget without any negative impact on sales.

	Q1 07	Q1 08	% change
Commercial and marketing costs per ASK (€ cent)	0.73	0.44	(40%)
Commercial and marketing costs per flight (€)	6.7	5.8	(13%)

REVENUES

Improved optimisation between fares levels and seat load-factor led to more than a 10% increase in revenue per flight levels

On the revenue side, revenue per flight maximization was Vueling's main focus for the quarter. As a result of that, Vueling's revenue per flight increased by 10%, year-on-year. Vueling was able to increase both the income per passenger and also the income per flight—i.e. not denting load factors in any significant manner.

	Q107	Q108	% change
Income per flight (€)	6,611	7,278	10.1%
Load factor (RPK/ASK)	65.8%	65.4%	(0.4pp)

RASK remained almost stable at 4.25 € cent due to increased average stage length.

(km per flight)	Q107	Q108	% change
Stage length	858	952	10.9%

Revenue enhancement spread out to both scheduled and pure ancillary revenue, particularly in the latter case, in which revenue increased by 60.4% as compared to the same period in 2007.

For more information:

Vueling Airlines, SA
Press and Public Relations +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com



(€ per passenger)	Q107	Q108	% change
Scheduled revenue	29.78	37.23	25.0%
Charges and fees	20.42	16.37	(19.8%)
Pure ancillary revenue	5.61	9.00	60.4%
Total revenue	55.81	62.60	12.2%

OPERATIONS

Increased productivity of assets and personnel through their optimization

Vueling peaked its size in terms of fleet during January 2008. Fleet growth was subsequently curbed from 24 aircraft down to 21 aircraft at period end: two planes were subleased for a one-year period each to top carriers in Europe and the Middle East, and a third one was redelivered to the lessor—further reductions for Q2 and Q4 are being considered.

During Q1 Vueling stabilized the number of routes and shed a significant number of non-profitable routes, 7 of them in Madrid and 4 in Paris-CDG.

At the same time, Vueling launched three new routes to the Canary Islands from mainland Spain: Madrid to Tenerife North and Gran Canaria, and Seville to Gran Canaria. These new routes started operating towards the end of the quarter, and so their effect in the period is not significant.

Block hours per aircraft remained stable in respect to last year, as redelivery and lease-out processes entailed some idle time for each one of the affected aircraft.

Optimization processes started during Q1 are expected to have full effect in the coming quarters.

FINANCIALS

Cash position as of March 31st, 2008 was €58.2m.

Fuel hedging stayed at lower levels than in previous quarters due to the company not having entered into new hedge contracts while Brent being around all-time high prices.

For more information:

Vueling Airlines, SA
Press and Public Relations +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com



OUTLOOK FOR 2008

The improvement plan for 2008 focuses on four main categories:

- Network and capacity optimization
- Cost and revenue efficiencies
- Accessing new market segments, in which Vueling has a much lower presence than on its usual online market segments
- Increasing ancillary revenue

Through the implementation of this plan, Vueling has the following objectives:

- Sensible reduction of 2008 losses in respect to 2007 even with higher average fuel prices
- Focusing towards achieving profitability in 2009

For more information:

Vueling Airlines, SA
Press and Public Relations +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com



Key financial and operating measures

	Q1 07	Q1 08	% change
REVENUES			
Total revenue (€ '000)	59,825	88,640	48.2%
Total income per passenger (€)	55.81	62.60	12.2%
Revenue per flight (€)	6,611	7,278	10.1%
Average scheduled revenue per passenger (€)	29.78	37.23	25.0%
Average pure ancillary revenue per passenger (€)	5.61	9.00	60.4%
RASK (€ cent)	4.28	4.25	(0.7%)
EXPENDITURES			
Total expenditure (€ '000)	84,135	120,875	43.7%
CASK incl. fuel (€ cent)	6.02	5.79	(3.8%)
Fuel cost per ASK (€ cent)	1.25	1.60	28.0%
CASK ex fuel (€ cents)	4.77	4.19	(12.2%)
EBITDAR (€ '000)	(10,335)	(12,804)	23.9%
EBITDAR margin (%)	(17%)	(14%)	+3pp
EBIT (€ '000)	(24,310)	(32,236)	32.6%
EBIT margin (%)	(36%)	(41%)	+5pp
EBT (€ '000)	(22,014)	(32,381)	47.1%
EBT margin (%)	(37%)	(37%)	=
OPERATIONS			
ASKs (million)	1,398	2,087	49.3%
RPKs (million)	920	1,364	48.3%
Total flights flown	9,049	12,179	34.6%
Average aircraft in operation	16.3	23.2	42.3%
Average block hours per aircraft per day	10.4	10.4	=
Average No. of flights per aircraft per day	6.2	5.8	(6.5%)
Seats flown ('000)	1,629	2,192	34.6%
Number of routes operated	35	54	54.3%
Number of airports served	17	23	35.3%
Average stage length (km)	858	952	11.0%
Total number of passengers ('000)	1,072	1,416	32.1%
Load factor (RPK/ASK)	65.8%	65.4%	(0.4pp)

All data in this presentation under Spanish GAAP
ASKs calculated as great-circle distance

For more information:

Vueling Airlines, SA
Press and Public Relations +34 93 378 78 83
Alfons Claver alfons.claver@vueling.com
Bárbara Fisa barbara.fisa@vueling.com
Patricia Burgos patricia.burgos@vueling.com



Vueling by MTV, designed by 3TTMan

Vueling Airlines, SA Resultados del primer trimestre de 2008

15 de mayo de 2008

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com



Vueling registró pérdidas de 32.4 millones de euros en un trimestre de transición

A pesar de haber aumentado la capacidad un 50% de año en año, Vueling inició un proceso de optimización de la capacidad durante el trimestre

El margen operativo unitario (EBIT, beneficio antes de intereses e impuestos) mejoró en 5 puntos, a pesar de la bajada de márgenes absolutos a causa del aumento en el nivel de actividad

El coste por asiento-kilómetro ofertado (AKO) ex fuel descendió un 13% de año en año, consiguiendo en marzo la base de costes más baja de la historia de la compañía, con 3.96 céntimos de euro

Los precios del combustible, en máximos históricos (un 28% de subida de año en año), fueron compensados con creces con importantes mejoras en los costes ex fuel, rebajando éstos un 4% la base de costes total de Vueling en relación con el primer trimestre de 2007

Barcelona, 15 de mayo de 2008 .- Vueling Airlines, la aerolínea de nueva generación, comunica hoy pérdidas antes de impuestos de 32,4 millones de euros para el primer trimestre del año, finalizado el 31 de marzo de 2008. El tráfico de pasajeros durante el periodo creció un 32% hasta los 1,4 millones, mientras que la recaudación total por pasajero creció un 12% hasta los 62,6€, con lo cual la recaudación total se elevó un 48% hasta los 88,6 millones de euros.

Los costes unitarios ex fuel cayeron un 12%, y los costes con fuel lo hicieron en un 4%, todo ello a pesar de hallarse el precio del combustible en máximos históricos, con un incremento de un 28% de año en año. Los costes operativos totales se incrementaron un 44% hasta los 120,8 millones de euros. A consecuencia de ello, el margen operativo unitario de Vueling (EBIT, beneficio antes de intereses e impuestos) para el trimestre mejoró en 5 puntos hasta alcanzar un margen sobre ventas de un 36% negativo para un total de margen negativo de EBIT de 32,2 millones de euros. Las pérdidas totales antes de impuestos se elevaron a 32,4 millones de euros.

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com



Tabla sumaria de resultados (normas contables de aplicación en España)

	1T 07	1T 08	% var.
Número total de pasajeros (miles)	1.072	1.416	32,1%
Ingresos totales (miles de euros)	59.825	88.640	48,2%
Gastos totales (miles de euros)	84.135	120.875	43,7%
Pérdidas antes de impuestos (miles de euros)	(22.014)	(32.381)	47,1%
Margen de pérdidas antes de impuestos (%)	(41%)	(36%)	+5pp

Las mejoras en productividad fueron el principal foco de atención de la compañía durante el trimestre, lo cual se tradujo en la optimización de aviones, tripulaciones y rutas. Se espera que dichas iniciativas, implementadas durante dicho periodo, entren en pleno rendimiento durante el segundo y tercer trimestres del año. Vueling espera obtener un mejor resultado en 2008 que en 2007, ello a pesar de los altos precios del carburante.

COSTES

Vueling compensó con creces el alza del precio del carburante a través de mejoras de gestión y de un mejor tipo de cambio dólar/euro, al tiempo que conseguía, en marzo, la base de coste ex fuel más baja de su historia

Los costes unitarios de Vueling durante el primer trimestre fueron menores que los registrados durante el mismo periodo de 2007. Los precios de combustible, en máximos históricos, fueron compensados con creces a través de mejoras de gestión que incidieron en la base de costes y de la evolución favorable del tipo de cambio dólar/euro.

(céntimos de euro)	1T 07	1T 08	% var.
CAKO excl. fuel	4,77	4,19	(12,2%)
Coste de fuel por AKO	1,25	1,60	28,0%
CAKO incl. fuel	6,02	5,79	(3,8%)

(CAKO: coste por AKO o asiento-kilómetro ofertado; AKOs calculados en base a la great-circle distance)

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com



Vueling continuó con su tendencia bajista en el coste por AKO ex fuel, y durante el mes de marzo consiguió la base de costes mensual ex fuel más baja de toda su historia.

(céntimos de euro)	1T 08		
	Ene	Feb	Mar
CAKO excl. fuel	4,01	4,56	3,96
Coste de fuel por AKO	1,56	1,56	1,67
CAKO incl. fuel	5,57	6,12	5,63

(CAKO: coste por AKO o asiento-kilómetro ofertado; AKOs calculados en base a la great-circle distance)

Dentro de las mejoras de gestión, el handling y la publicidad fueron las dos áreas en donde se materializaron la mayoría de los ahorros. En el caso del handling, ello fue la continuación de una tendencia bajista ya iniciada en el segundo trimestre de 2007, lo cual ha permitido que la compañía consiguiera costes aún más bajos en el área.

	1T 07	1T 08	% var.
Coste de handling por AKO (céntimos de euro)	0,63	0,49	(22,2%)
Coste de handling por vuelo (euros)	968	843	(12,9%)

Los ahorros en publicidad, por otra parte, fueron la consecuencia directa de que Vueling consiguiera un nivel de maduración en la percepción de marca ("brand awareness"), hasta alcanzar, en alguna de sus bases, niveles similares a los de marcas de gran consumo.

Nivel de percepción de marca total ("total brand awareness") por base

	Jun 07	Ene 08
Barcelona	83,0%	84,8%
Madrid	76,5%	75,3%
Sevilla	69,2%*	67,0%
París	12,0%	46,7%

(*septiembre de 2007)

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com



Dichos niveles en la percepción de marca permiten que la compañía reduzca su presupuesto comercial y de marketing sin ningún tipo de impacto negativo en ventas.

	1T 07	1T 08	% var.
Coste comercial y de marketing por AKO (€ cént.)	0,73	0,44	(40%)
Coste comercial y de marketing por pasajero vendido (euros)	6,7	5,8	(13%)

INGRESOS

La creciente optimización entre niveles de tarifa y factores de ocupación llevó a un incremento de más de un 10% en los niveles de ingreso por vuelo

En la vertiente de ingresos, la maximización del ingreso por vuelo fue el principal foco de atención de la compañía durante el trimestre. Es consecuencia de ello que el ingreso por vuelo se incrementara en más de un 10% en comparación al mismo periodo de 2007. Vueling consiguió elevar tanto el ingreso por pasajero como el ingreso por vuelo—es decir, sin lastrar los coeficientes de ocupación de manera significativa.

	1T 07	1T 08	% var.
Ingreso por vuelo (euros)	6.611	7.278	10,1%
Coefficiente de ocupación (PKT/AKO)	65,8%	65,4%	(0,4pp)

(PKT: pasajero-kilómetro transportado; AKO: asiento-kilómetro ofertado)

El ingreso por AKO permaneció estable en torno a los 4,25 céntimos de euro, debido ello al incremento en la distancia media volada.

(km por vuelo)	1T 07	1T 08	% var.
Distancia media volada	858	952	10,9%

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com



La mejora en los ingresos se extendió tanto al ingreso por tarifa como a los ingresos accesorios puros ("ancillary revenue"), especialmente en este último caso, en el que los ingresos se elevaron un 60,4% en relación al mismo periodo del año anterior.

(euros por pasajero)	1T 07	1T 08	% var.
Ingreso por tarifa	29,78	37,23	25,0%
Cargos y comisiones	20,42	16,37	(19,8%)
Ingresos accesorios puros	5,61	9,00	60,4%
Ingresos totales	55,81	62,60	12,2%

OPERACIONES

Se incrementó la productividad de personal y bienes a partir de su optimización

Vueling llegó a su máximo tamaño de flota a principios de 2008. El crecimiento de flota fue posteriormente frenado, pasando de 24 aviones en enero a 21 aviones a finales de marzo: dos aviones fueron subarrendados por un periodo de un año cada uno a aerolíneas de primer nivel en Europa y Oriente Medio, y un tercer contrato de arrendamiento fue cancelado anticipadamente—nuevas reducciones de flota para el segundo y tercer trimestres están siendo tomadas en consideración.

Durante el primer trimestre Vueling estabilizó el número de rutas y se desprendió de un número significativo de rutas no-rentables, 7 de las cuales operaban desde Madrid y otras 4 desde París-Charles de Gaulle.

Al mismo tiempo, Vueling lanzó tres nuevas rutas entre la Península y las islas Canarias: de Madrid a Tenerife Norte y Gran Canaria, y de Sevilla a Gran Canaria. Dichas rutas empezaron a operar hacia el final del trimestre y por tanto su efecto durante el mismo no es significativo.

El nivel de horas-bloque por avión permaneció estable en relación al año anterior, dado que los procesos de devolución y subarriendo de aeronaves implican un cierto tiempo de no-utilización para las naves implicadas.

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com



Se espera que los procesos de optimización iniciados durante el primer trimestre del año tengan un efecto pleno en los trimestres venideros.

FINANCIEROS

La posición de caja a 31 de marzo de 2008 era de 58,2 millones de euros.

La cobertura de fuel permanece en niveles más bajos que en trimestres anteriores debido a que la compañía no ha realizado nuevas coberturas dada la situación de Brent en máximos históricos.

PERSPECTIVAS PARA EL 2008

El plan de mejora para 2008 se basa en cuatro categorías principales:

- Optimización de capacidad y red
- Eficiencias en ingresos y costes
- Acceso a nuevos segmentos de mercado, en los que Vueling tiene una presencia mucho menor que en sus canales habituales de venta online
- Incremento en el ingreso accesorio ("ancillary revenue")

Mediante la implementación de dicho plan, Vueling tiene los siguientes objetivos:

- Una sensible reducción de las pérdidas en 2008 en relación a 2007, incluso con precios medios del petróleo más elevados
- Orientarse a la consecución de beneficios en 2009

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com

Principales magnitudes operativas y financieras

	1T 07	1T 08	% var.
INGRESOS			
Ingresos totales (miles de euros)	59.825	88.640	48,2%
Ingreso total por pasajero (euros)	55,81	62,60	12,2%
Ingreso por vuelo (euros)	6.611	7.278	10,1%
Tarifa media por pasajero (euros)	29,78	37,23	25,0%
Ingreso medio accesorio puro por pasajero (euros)	5,61	9,00	60,4%
Ingreso por AKO (céntimos de euro)	4,28	4,25	(0,7%)
COSTES			
Gastos totales (miles de euros)	84.135	120.875	43,7%
Coste por AKO, incl. fuel (céntimos de euro)	6,02	5,79	(3,8%)
Coste de fuel por AKO (céntimos de euro)	1,25	1,60	28,0%
Coste por AKO, ex fuel (céntimos de euro)	4,77	4,19	(12,2%)
EBITDAR* (miles de euros)	(10.335)	(12.804)	23,9%
Margen de EBITDAR (%)	(17%)	(14%)	+3pp
BAlI/EBIT** (miles de euros)	(24.310)	(32.236)	32,6%
Margen de BAlI/EBIT (%)	(36%)	(41%)	+5pp
EBT*** (miles de euros)	(22.014)	(32.381)	47,1%
Margen de EBT (%)	(37%)	(37%)	=
OPERATIVA			
AKOs (millones)	1.398	2.087	49,3%
PKTs (millones)	920	1.364	48,3%
Número total de vuelos operados	9.049	12.179	34,6%
Número medio de aviones operados	16,3	23,2	42,3%
Número medio de horas bloque por día y avión	10,4	10,4	=
Número medio de vuelos por día y avión	6,2	5,8	(6,5%)
Número total de asientos volados (miles)	1.629	2.192	34,6%
Número de rutas operadas	35	54	54,3%
Número de aeropuertos servidos	17	23	35,3%
Distancia media volada (km)	858	952	11,0%
Número total de pasajeros (miles)	1.072	1.416	32,1%
Coefficiente de ocupación (PKT/AKO)	65,8%	65,4%	(0,4pp)

Todos los datos de esta presentación han sido elaborados de acuerdo con las normas contables de aplicación en España
AKOs calculados en base a la great-circle distance

*EBITDAR: resultado antes de impuestos, intereses, depreciación, amortización y alquileres

**EBIT: BAlI, resultado antes de impuestos e intereses

***EBT: resultado antes de impuestos

Contacto:

Vueling Airlines, SA
Relación con Inversores +34 93 378 78 83
investors@vueling.com