

COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

Edison, 4
28006 Madrid
España

2 de julio de 2015

Asunto: Complemento al hecho relevante remitido el 30 de junio de 2015 con número de registro 225.296

Muy señores nuestros:

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 82 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, y en sus disposiciones complementarias, y como continuación a la comunicación de hecho relevante remitida a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el día 30 de junio de 2015 (número de registro oficial 225.296), Sotogrande, S.A. (la "**Sociedad**") pone en conocimiento de la citada Comisión, para su incorporación en los registros públicos, los extremos que se resumen a continuación en relación con el Plan Estratégico de la Sociedad para los ejercicios comprendidos entre 2015 y 2017, aprobado por el Consejo de Administración de la Sociedad en su reunión celebrada el 29 de junio de 2015.

Dicho plan se centra en las siguientes líneas estratégicas:

- I. Revitalización del Resort para convertirlo en el líder en Europa
 - Fortalecimiento de la imagen de marca
 - Mejora del nivel de las actividades turísticas
 - Organización de eventos de primer nivel
- II. Reposicionamiento de los activos de la Sociedad con el fin de incrementar su valor
 - Mejora de los estándares de calidad del mantenimiento
 - Inversiones en mejoras de instalaciones
 - Nuevas inversiones
- III. Desarrollo del negocio inmobiliario
 - Finalización de las infraestructuras del Resort
 - Promoción de nuevos productos inmobiliarios centrados en La Reserva
 - Venta del stock existente
 - Compromiso con el medioambiente

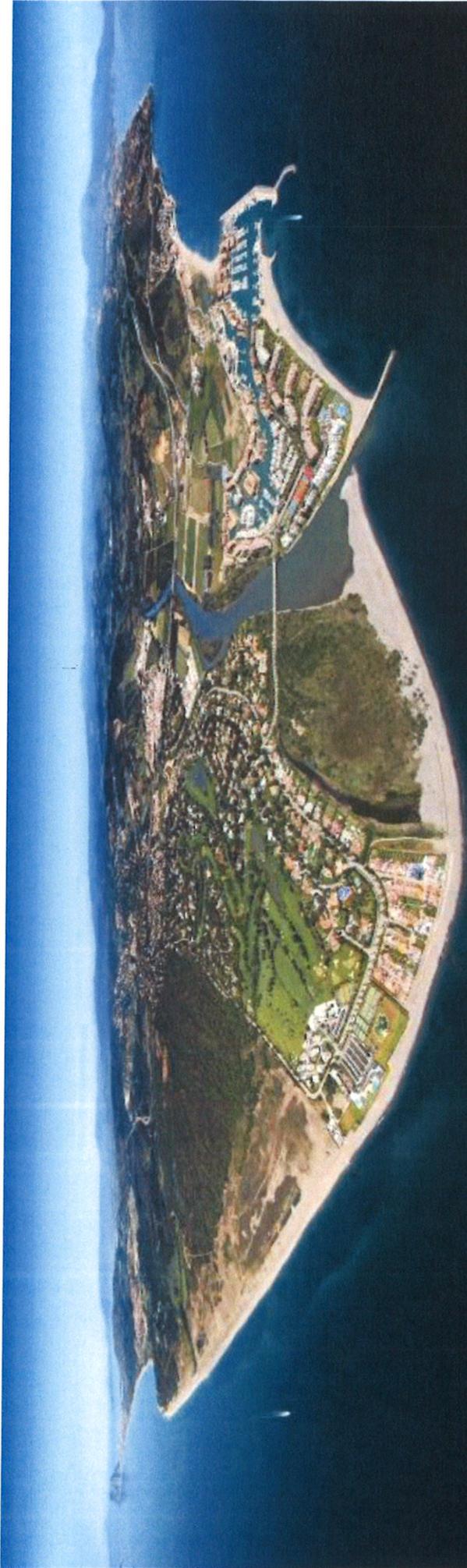
Asimismo, la Sociedad está reforzando los equipos de trabajo en todas las áreas de negocios y espera culminar dicho proceso a finales de 2015.

Adicionalmente, ponemos a su disposición (como anexo a esta comunicación) una presentación que resume las principales líneas del Plan Estratégico.

Atentamente,

El Secretario no Consejero del Consejo de Administración
de **Sotogrande, S.A.**

Fdo. D. Alejandro Ortiz Vaamonde



Sotogrande
Board meeting

SOTOGRA[®]ND_E

June 29, 2015

Table of content

1. Vision
2. Positioning
3. Golden Circle
4. Target markets
5. Moments

Sotogrande's vision

“Transform Sotogrande into the most thought after resort in Europe.”

Business objectives

Increase the value of €/m²

Develop the customer value proposition
(emotional & financial)

Generate quality sales leads

How

A clear positioning and identity for Sotogrande.

Position it as an aspirational lifestyle brand. the best place to visit, live and invest in Europe.

Drive reappraisal of Sotogrande

Same space – Same product – Opposite thinking, acting & communication

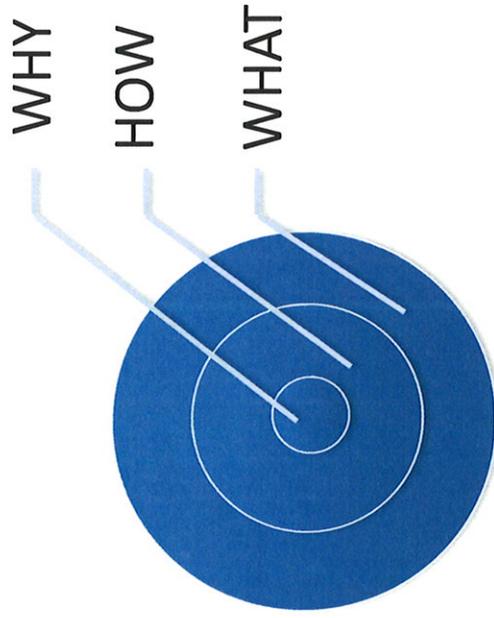


BANYAN TREE



People do not buy WHAT you do, they buy WHY you do it!

As an organization, Sotogrande is a Real Estate Development Company and focused on conveying our purpose as a mean to inspire and create belief in what we believe in (our Why). This belief is then reinforced by how we realized it through our day to day activities (our How) and finally confirmed by the products we put up on our retail shelves (our What)



WHY: To help people reconnect with one self, family and friends

HOW: By delivering exceptional moments and places that are easily accessible for our customers

WHAT: We sell various types of high end real estate products, we also sell vacations and finally experiences. Those are our three families of products

Sotogrande's target markets

Key cities with direct flights within a 3 hour radius

Frankfurt	Munich	Hamburg	Berlin	Paris	Zurich
Geneva	Basel	Milan	Rome	Belgium	Amsterdam
Stockholm	London	Luxemb.	Madrid	Barcelona	Bilbao
					Lisbon

Key cities with direct flights outside a 3 hr radius

New York	Istanbul	Copenhagen
----------	----------	------------

Key cities outside a 3 hour radius with 1 flight connection

Qatar

■ Sotogrande priority markets

Unforgettable moments, shared everyday

