



Grzegorz Zambrzycki
Prezes Zarządu Mennicy Polskiej S.A.

Szanowni Państwo,

Mennica Polska to marka, która szczyci się swoimi dokonaniem od 247 lat. Wywodząc swoją historię od reformy monetarnej króla Stanisława Augusta Poniatowskiego, przez cały czas funkcjonowania przede wszystkim zabiega o utrzymanie najwyższej jakości i kunsztu sztuki menniczej. Także rok 2012 był dla Mennicy Polskiej kolejnym rokiem udanej współpracy z Narodowym Bankiem Polskim, który to właśnie naszej firmie i naszym mincerzom powierza produkcję wszystkich monet powszechnego obiegu oraz monet kolekcjonerskich. Podsumowanie roku 2012 przyniosło Mennicy Polskiej kolejny kontrakt z NBP, którego wartość wzrosła w odniesieniu do roku poprzedniego. Traktujemy to jako uznanie jakości naszej pracy i zapowiedź kolejnego roku strategicznej współpracy.

W 2012 r. realizowaliśmy strategię rozwoju Mennicy Polskiej polegającą przede wszystkim na umacnianiu produkcji menniczej w kraju i za granicą. Z dumą możemy się poszczycić rosnącą sprzedażą monet i numizmatów na rynkach zagranicznych, w krajach takich jak Rosja, Kazachstan, Ukraina ale też w Chinach.

Myśląc o przyszłości Spółki dostrzegamy też wartość rozwijania jej potencjału w kierunku nowych możliwości i usług. Systematycznie pracujemy nad wieloletnimi przedsięwzięciami, takimi jak rozwój naszych inwestycji deweloperskich oraz nowoczesnych płatności elektronicznych – systemów sprzedaży biletów komunikacji miejskiej. Mennica Polska do tej pory wdrożyła systemy sprzedaży biletów w największych miastach Polski, m.in. w Warszawie i Wrocławiu, w sumie w 10 lokalizacjach na terenie kraju, i jest jednym z liderów na tym rynku. W 2012 r. dojrzałość biznesową zyskiwały najstarsze i największe prowadzone w tym segmencie projekty, jak np. System Wrocławskiej Karty Miejskiej – URBANCARD.

Rok 2012 r. był zupełnie szczególny pod względem udziału Mennicy Polskiej w produkcji i sprzedaży złota. Jako jedyny dystrybutor i producent sztabek w Polsce utrzymaliśmy pozycję lidera na polskim rynku, deklasując wszystkich pozostałych graczy. W 2012 r. Grupa sprzedała w detalu i w hurcie ponad 10 ton złota w postaci całej gamy swoich produktów, w tym sztabek, monet oraz innych wyrobów menniczych i przemysłowych. Dzięki tradycji i wiarygodnej marce, najwyższej jakości usług i sprawnemu zarządzaniu udało nam się w znacznej mierze zaspokoić ogromne zapotrzebowanie rynku na żółty kruszec i wprowadzić udogodnienia dla klientów, m.in. podwyższyć jakość zakupów *on-line*. Pomimo znacznej zmienności trendów na tym rynku, zyskaliśmy unikalne doświadczenie oraz kompetencje do strategicznego rozwoju tego segmentu działalności ponad okresowymi zmianami koniunktury na złoto. Kolejne lata zapewne nie powtórzą w żadnej mierze boomu z roku 2012, ale będą dla nas czasem na systematyczne rozwijanie polskiego rynku i edukację jak bezpiecznie inwestować w złoto.

Ubiegły rok poświęciliśmy na umacnianie naszych walorów i najlepszych produktów i usług dla klientów wraz z ciągłym poszukiwaniem dróg rozwoju i usprawniania zarządzania Spółką. Serdecznie zachęcam do zapoznania się z jednostkowym raportem Mennicy Polskiej z działalności w 2012 r., w przekonaniu, że dane na temat naszej działalności i wyników najskuteczniej zachęcą Państwa do współpracy z nami.

Z wyrazami szacunku,


Grzegorz Zambrzycki
Prezes Zarządu i Dyrektor Naczelny Mennicy Polskiej S.A.