

## **Sprawozdanie Zarządu Mennicy Polskiej S.A. z działalności Spółki w I połowie 2007 roku**

Zarząd Mennicy Polskiej S.A. przekazuje sprawozdanie z działalności Spółki (za okres 01.01 - 30.06.2007 roku), sporządzone zgodnie z postanowieniami § 95 rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 19 października 2005 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych (Dz.U. Nr 209, poz.1744).

### **1. Informacja o podstawowych produktach, towarach lub usługach wraz z ich określeniem wartościowym i ilościowym**

W I połowie 2007 roku działalność gospodarcza Mennicy Polskiej S.A. skoncentrowana była na rynkach:

- produktów mennicznych (tj. monet i wyrobów grawersko-medalerskich),
- nowoczesnych usług teleinformatycznych (bilety komunikacji miejskiej oraz przedpłaty parkingowe kodowane na karcie miejskiej, jak również sprzedaż doładowań do telefonów komórkowych),
- deweloperskim (budowy i sprzedaży mieszkań).

Działalność Spółki na rynku produktów mennicznych związana jest z produkcją:

- monet obiegowych,
- monet kolekcjonerskich,
- żetonów monetarnych,
- odznaczeń państwowych,
- odznak,
- znaczków,
- medali,
- pieczęci urzędowych i znaczników probierczych,
- datowników,
- złotych sztabek inwestycyjnych.

Działalność na rynku usług związanych z nowoczesnymi technologiami teleinformatycznymi dotyczyła rozwoju programu Karty Miejskiej, umożliwiającego kodowanie okresowych biletów komunikacji miejskiej oraz dokonywanie opłat parkingowych za pośrednictwem kart zbliżeniowych, jak również rozwoju sprzedaży doładowań do telefonów komórkowych na terenie całej Polski.

Działalność na rynku deweloperskim związana była z realizacją kolejnych etapów inwestycji budowlanych „Rajska Jabłoń”. W omawianym okresie ponoszono nakłady na realizację

inwestycji. Zafakturowanie sprzedaży związane z przekazaniem lokatorom kolejnych bloków planowane jest na 2 półrocze 2007.

#### **Struktura sprzedaży Mennicy Polskiej S.A. za okres 01.01.- 30.06.2007 roku**

<b>Produkty</b>	<b>Udział</b>
Monety obiegowe i kolekcjonerskie	24,35%
Wyroby grawersko-medalerskie	3,35%
Wyroby z metali szlachetnych	5,44%
Sprzedaż mieszkań	0,15%
Towary i materiały	13,26%
Usługi	3,23%
Bilety kodowane na kartach zbliżeniowych	50,22%
<b>Razem</b>	<b>100,00%</b>

Wiodące znaczenie w generowaniu przychodów ze sprzedaży posiadały w I połowie 2007 roku bilety kodowane na kartach zbliżeniowych (50,22%) oraz monety obiegowe i kolekcjonerskie (24,35%).

## **2. Informacja o zmianach rynków zbytu w podziale na krajowe i zagraniczne**

### **Krajowy rynek monet**

Jedynym zleceniodawcą, nabywcą i dystrybutorem polskich monet obiegowych i kolekcjonerskich jest Narodowy Bank Polski. Zgodnie z obowiązującymi uregulowaniami ustawowymi Narodowy Bank Polski posiada całkowitą wyłączność w zakresie określania wielkości i harmonogramu emisji monet, ustalania ich rodzaju i nominału, podejmowania decyzji o wyborze technologii wytwarzania oraz warunków zakupu monet od producenta.

Obecna produkcja monet obiegowych jest realizowana w celach odtworzeniowych i uzupełniających.

Istotnym elementem działalności Spółki jest również sprzedaż monet kolekcjonerskich na rynku krajowym, kupowanych od Narodowego Banku Polskiego oraz od emitentów zagranicznych. W pierwszej połowie roku utrzymywało się duże zainteresowanie monetami kolekcjonerskimi złotymi, dodatkowo wzrosło zainteresowanie monetami kolekcjonerskimi srebrnymi. Spółka, wspólnie z Narodowym Bankiem Polskim, podjęła szereg inicjatyw promujących rozwój rynku kolekcjonerskiego w Polsce.

Sprzedaż monet kolekcjonerskich rozwijała się od lat w czterech kanałach dystrybucji: sklep firmowy w Warszawie „Świat Monet”, sprzedaż abonamentowa, sprzedaż poprzez przedstawicieli handlowych oraz sklep internetowy. Podkreślenia wymaga zawarcie długoterminowych umów z hurtowymi dystrybutorami monet na dostawy w roku 2008 oraz stały wzrost udziału sprzedaży monet poprzez sklep internetowy.

### **Krajowy rynek pozostałych produktów menniczych**

Od wielu lat Spółka posiada mocną pozycję na następujących rynkach: odznaczeń państwowych, odznak, znaczków, medali, pieczęci urzędowych, znaczników probierczych, datowników. Są to tradycyjne wyroby Mennicy i ich sprzedaż stanowi znaczny udział w

całym rynku krajowym. Na mocną pozycję Mennicy wpływa głównie wieloletnie doświadczenie w tej dziedzinie, jakość wyrobów oraz przywiązanie klientów do Spółki, jako solidnego dostawcy. Nie bez wpływu pozostaje również ciągle doskonalenie personelu w obsłudze klientów. W przypadku pieczęci urzędowych, używanych do pieczętowania dokumentów państwowych, Mennica jest jedynym podmiotem uprawnionym do wykonywania takich pieczęci.

W pierwszej połowie 2007 roku Mennica kontynuowała produkcję pieczęci na zamówienie Ministerstwa Sprawiedliwości dla tłumaczy przysięgłych w związku z wymianą wszystkich pieczęci tego typu z powodu zmiany informacji zawartych w odcisku tych pieczęci.

W związku ze skomputeryzowaniem usług bankowych od kilku lat Spółka odnotowuje spadek zamówień na datowniki, których funkcjonalność wypiera wydruk komputerowy oraz technologia bankowości internetowej.

W pierwszej połowie 2007 r. Spółka doskonalila produkcję i sprzedaż numizmatów oferowanych do sprzedaży szerokiej grupie odbiorców końcowych, wprowadzając nowatorskie wzornictwo do projektów i opakowań. Zastosowane technologie spotkały się z dużym zainteresowaniem rynku, zapewniając Spółce w tym segmencie ugruntowaną pozycję lidera.

Dodatkowo Spółka wprowadziła do swojej oferty nowy produkt żetonowy przeznaczony do promocji miast. Oferowane oprócz tradycyjnych produktów mennicznych usługi o charakterze marketingowym pozwoliły Spółce odnieść sukces w nowej, rozwojowej niszy rynku.

### **Krajowy rynek wyrobów z metali szlachetnych**

W pierwszym półroczu 2007 roku na polskim rynku złota inwestycyjnego można było dostrzec mniejszą opłacalność inwestycji w złoto spowodowaną postępującym wzrostem wartości polskiej waluty w stosunku do dolara amerykańskiego. Taki stan rzeczy powodował wyhamowanie inwestycji. Ponadto rekordowe zyski z funduszy inwestycyjnych oraz z inwestycji w akcje powodowały większe zainteresowanie tymi inwestycjami niż lokowaniem oszczędności w złoto.

Oceniając pierwsze półrocze 2007 roku pod względem sprzedaży złota inwestycyjnego przez Mennicę Polską S.A. należy jednak zauważyć, że pomimo wyżej wymienionych niekorzystnych warunków inwestycji w złoto, wartość sprzedanego złota w tym okresie jest i tak wyższa niż w okresie analogicznym ubiegłego roku.

### **Krajowy rynek usług związanych z nowoczesnymi technologiami teleinformatycznymi**

Jest to rynek produktów/usług nowych, nie tylko w skali kraju, ale również na świecie, spełniających funkcje tzw. Elektronicznej Portmonetki. Umocnieniu pozycji służyć będzie oferowanie w pierwszym etapie produktu zorientowanego na potrzeby poszczególnych aglomeracji, następnie województw czy regionów. Aplikacja związana z systemem biletowym umożliwi wdrożenie wielu innych funkcjonalności, właściwych dla Elektronicznej Portmonetki. Pozycja na tym rynku będzie tym mocniejsza im skuteczniej wyprzedzi się pojawienie konkurencyjnych propozycji dotyczących rozwiązań dla bezgotówkowych mikropłatności bądź transakcji przedpłaconych. Reakcja rynku zależy od szybkiego stworzenia funkcjonalnej infrastruktury, a także od kulturowo-społecznego rozwoju tego rynku, rozpowszechniania nowoczesnych technologii, przyzwyczajania i

otwartości na nowinki technologiczne, świadomości i poziomu edukacji informatycznej społeczeństwa.

Główne rynki zbytu Mennicy Polskiej S.A. nie wykazują większych, zauważalnych wahań sezonowych. Występuje zjawisko zmienności sprzedaży w układzie miesięcznym, uzależnionej od:

- polityki Narodowego Banku Polskiego, określającej wielkość i harmonogram emisji monet obiegowych,
- polityki nadań Kancelarii Prezydenta RP,
- zapotrzebowania na odznaki zamawiane przez różne instytucje, w większości budżetowe,
- możliwości pozyskania kontraktów zagranicznych (eksportowych),
- w odniesieniu do sprzedaży biletów magnetycznych kodowanych na karcie miejskiej istnieje sezonowość przejawiająca się w niższej sprzedaży w miesiącach letnich i wyższej sprzedaży w okresie wiosennym oraz jesiennym.

### **Rynki zagraniczne**

W I półroczu 2007 roku sprzedaż zagraniczna osiągnęła wartość 9,1 mln PLN, co stanowi 3,84% sprzedaży ogółem Spółki. Główną pozycję w eksporcie stanowiła sprzedaż monet kolekcjonerskich z metali szlachetnych (63%) oraz wyrobów grawersko – medalierskich (25%).

### **Zagraniczny rynek monet.**

W obrocie zagranicznym działalność Mennicy Polskiej skupiała się w trzech podstawowych obszarach:

- produkcji monet obiegowych i kolekcjonerskich na zamówienie zagranicznych emitentów;
- produkcji i dystrybucji monet kolekcjonerskich emitowanych przez zagranicznych emitentów na potrzeby międzynarodowych programów kolekcjonerskich (tzw. programy „royalty”);
- sprzedaży monet emitowanych przez Narodowy Bank Polski.

W ramach pierwszego obszaru największymi kooperantami Mennicy w ostatnim okresie byli:

- dla monet obiegowych: Dominikana i Armenia,
- dla monet kolekcjonerskich: Białoruś, Armenia, Dominikana.

W drugim obszarze (programy royalty) Mennica współpracowała z takimi emitentami jak Białoruś, Armenia, Gruzja, Niue Island. Monety produkowane w ramach programów „royalty” były następnie dystrybuowane przez Mennicę głównie na rynkach europejskich, amerykańskich i azjatyckich w oparciu o współpracę ze stałymi, oficjalnymi dystrybutorami Mennicy Polskiej S.A. W omawianym okresie Mennica nawiązała również kontakty handlowe z dystrybutorami z Australii. Prowadzone były ponadto negocjacje z dystrybutorami z Ameryki Południowej. Do największych odbiorców należały firmy dystrybucyjne z Rosji, Niemiec, Ukrainy i Holandii. Programy „royalty” umożliwiły MP S.A. wprowadzanie różnorodnej tematyki, dostosowanej do potrzeb jej partnerów - dystrybutorów oraz pozwoliły na szerokie stosowanie nowinek technicznych i oryginalnych rozwiązań projektowych.

Do największych zagranicznych odbiorców rozprowadzanych przez Mennicę monet emitowanych przez Narodowy Bank Polski należeli dystrybutorzy z rynku rosyjskiego, niemieckiego i rynków skandynawskich. W tym obszarze działalności Mennica pełniła funkcję wtórnego dystrybutora – tj. odsprzedawała monety zakupione w Narodowym Banku Polskim.

### **Zagraniczny rynek pozostałych produktów mennicznych**

Rynek ten charakteryzował się wciąż bardzo silną konkurencją w związku z istniejącymi wolnymi mocami produkcyjnymi w światowym sektorze mennicznym. W związku z dodatkowymi kosztami wymiany zagranicznej i brakiem ograniczeń dla producentów (jak to ma miejsce w produkcji monetarnej) na rynku omawianych produktów najczęściej zwyciężali producenci rodzimi. Mennica uczestniczyła w znacznie mniejszym zakresie w tym rynku niż w obszarze monetarnym. Projekty realizowane przez Mennicę Polską S.A. w tym zakresie dotyczyły medali i żetonów.

### **Kierunki sprzedaży**

Sprzedaż materiałów, produktów i usług oraz towarów handlowych Mennicy Polskiej S.A. w I połowie 2007 roku była prowadzona przede wszystkim na rynku krajowym.

**Podstawowe kierunki sprzedaży Mennicy Polskiej S.A. za okres 01. 01. - 30. 06. 2007 roku (w mln PLN)**

<b>Wyszczególnienie (mln PLN)</b>	<b>I półrocze 2007 roku</b>	<b>I półrocze 2006 roku</b>	<b>I półrocze 2005 roku</b>
Sprzedaż produktów i usług	86,3	62,2	67,6
Towary i materiały	31,3	21,3	13,8
Bilety na kartach zbliżeniowych	118,6	113,2	106,6
<b>Razem sprzedaż</b>	<b>236,2</b>	<b>196,7</b>	<b>188,0</b>
<b>Udział w wartości sprzedaży (%)</b>	<b>I półrocze 2007 roku</b>	<b>I półrocze 2006 roku</b>	<b>I półrocze 2005 roku</b>
Odbiorcy krajowi	96,16%	94,97%	97,97%
Odbiorcy zagraniczni	3,84%	5,03%	2,03%

Ogólna wartość sprzedaży za I półrocze 2007 roku wyniosła 236,2 mln PLN i przekroczyła o ponad 39 mln PLN (20%) przychody ze sprzedaży osiągnięte w analogicznym okresie roku 2006. Główny wpływ na widoczny wzrost sprzedaży miała sprzedaż wyrobów gotowych i usług (o ponad 24 mln PLN).

### **Dystrybucja**

Forma dystrybucji uzależniona jest od rodzaju produktu i specyfiki działalności Spółki.

W przypadku monet jedynym krajowym zleceniodawcą i odbiorcą był Narodowy Bank Polski. Funkcje te realizował Departament Emisyjno-Skarbcowy Narodowego Banku Polskiego.

W przypadku odznaczeń państwowych jedynym zamawiającym i odbiorcą była Kancelaria Prezydenta RP.

Dystrybucja pozostałych wyrobów grawersko-medalierskich i produktów z metali szlachetnych miała formę bezpośredniej sprzedaży z magazynu Spółki, poprzez sklep firmowy w Warszawie „Świat Monet”, sprzedaż abonamentową, przedstawicieli handlowych oraz poprzez sklep internetowy.

Dystrybucja MP S.A. na rynkach zagranicznych dotyczyła zarówno odbiorców hurtowych, jak i indywidualnych. Większość odbiorców hurtowych Mennicy posiadała status oficjalnych dystrybutorów. MP S.A. dostarczała swoje produkty i towary handlowe do odbiorców w Europie, Ameryce Północnej oraz Azji.

Dystrybucja w zakresie sprzedaży elektronicznych produktów odbywała się poprzez ciągle rozwijającą się sieć sprzedaży STREFA™. Jest to sieć terminali należących do Mennicy Polskiej S.A., poprzez które sprzedawane były takie produkty jak przede wszystkim bilety komunikacji miejskiej kodowane na Kartach Miejskich (Warszawa, Jaworzno, Suwałki), doładowania pre-paid GSM oraz przedpłaty parkingowe kodowane na Kartach miejskich. Dystrybucja odbywała się również poprzez sieć automatów samoobsługowych. W ciągu I półrocza 2007 roku dynamicznie wzrosła liczba Punktów sprzedaży STREFA™ (PSD). Pozyskano nowe PSD na terenie całej Polski. Skoncentrowano się na aglomeracji śląskiej, krakowskiej, trójmiejskiej, przykładając również wagę do mniejszych miejscowości z dużym potencjałem sprzedażowym.

**Struktura rzeczowa i terytorialna przychodów ze sprzedaży produktów, towarów i usług za okres 01. 01. - 30. 06. 2007 roku (w PLN)**

Przychody ze sprzedaży	Kraj		Eksport		Razem 01.01.2007 - 30.06.2007
	wartość	%	wartość	%	
<b>1. Wyroby gotowe:</b>	<b>70 666 886,51</b>	<b>89,87</b>	<b>7 964 393,62</b>	<b>10,13</b>	<b>78 631 280,13</b>
1.1. Monety	57 516 188,28	100,00	0,00	0,00	57 516 188,28
1.2. Wyroby grawersko - medalierskie	5 692 797,29	71,89	2 225 811,62	28,11	7 918 608,91
1.3. Wyroby z metali szlachetnych	7 108 070,58	55,33	5 738 582,00	44,67	12 846 652,58
1.4. Sprzedaż mieszkań	349 830,36	100,00	0,00	0,00	349 830,36
<b>2. Towary handlowe i materiały:</b>	<b>148 956 945,43</b>	<b>99,35</b>	<b>977 615,17</b>	<b>0,65</b>	<b>149 934 560,60</b>
2.1. Towary handlowe i materiały	30 344 553,41	96,88	977 615,17	3,12	31 322 168,58
2.2. Bilety magnetyczne	118 612 392,02	100,00	0,00	0,00	118 612 392,02
<b>3. Usługi:</b>	<b>7 485 888,44</b>	<b>98,24</b>	<b>133 743,18</b>	<b>1,76</b>	<b>7 619 631,62</b>
3.1. Wynajem powierzchni - Aurum	2 529 727,83	100,00	0,00	0,00	2 529 727,83
3.2. Wynajem powierzchni - Nefryt	1 982 887,06	100,00	0,00	0,00	1 982 887,06
3.3. Usługi Zakładu Informatyki	230 719,00	100,00	0,00	0,00	230 719,00
3.4. Usługi Zakładu Remontowego	167 327,54	100,00	0,00	0,00	167 327,54
3.5. Usługi pozostałe	2 575 227,01	95,06	133 743,18	4,94	2 708 970,19
<b>OGÓŁEM (1+2+3)</b>	<b>227 109 720,38</b>	<b>96,16</b>	<b>9 075 751,97</b>	<b>3,84</b>	<b>236 185 472,35</b>

### **3. Informacje o umowach znaczących dla działalności gospodarczej Mennicy Polskiej S.A.**

#### **3.1. Umowy dotyczące ochrony środowiska**

W wyniku prowadzonej przez Spółkę działalności produkcyjnej, powstają jako produkty uboczne, substancje stałe i ciekłe, które mogą niekorzystnie oddziaływać na środowisko naturalne. W związku z tym, istotnym aspektem działalności Spółki pozostaje sposób gospodarowania odpadami i ich utylizacja, dokonywane zgodnie z wymogami prawa ochrony środowiska. Wymienione poniżej umowy dotyczące tych zagadnień, mimo niedużej wartości przedmiotu, uznawane są za znaczące dla realizacji założeń polityki Spółki, wśród których ochrona środowiska jest jednym z priorytetowych zagadnień.

Poniżej wymieniono głównych kooperantów Spółki w zakresie ochrony środowiska:

- Mennica-Metale Szlachetne Sp. z o.o.,
- EKO-PUNKT Organizacja odzysku S.A.,
- Miejskie Przedsiębiorstwo Oczyszczania Miasta – Dzielnicowy Zakład Oczyszczania Wola,
- ZOMIS Sp. z o.o.,
- Algeader Hofman Sp. z o.o.,
- WRC World Resources Company GmbH,
- Adaso Tomasz Osada,
- Chimirec – Septos Sp. z o.o.,
- Polska Grupa Gospodarki Odpadami – EKOGAL- EKOPUR S.A.,
- Atmoterm S.A.,
- Remondis,
- Utimer Sp z o.o.

#### **3.2. Umowy kooperacyjne**

W omawianym okresie Spółka nie była związana umowami kooperacyjnymi.

#### **3.3. Umowy sprzedaży i dostawy**

##### **Umowy sprzedaży**

W zakresie sprzedaży wyrobów mennicznych Spółka była w I połowie 2007 roku stroną umów dotyczących produkcji krajowych monet obiegowych i kolekcjonerskich, monet obiegowych i kolekcjonerskich dla kontrahentów zagranicznych, produkcji żetonów i znaczków. W zakresie pozostałych produktów grawersko – medalierskich Spółka była stroną umów dotyczących m.in. produkcji pieczęci, datowników, odznak i odznaczeń państwowych oraz medali.

Poza kontraktami z Narodowym Bankiem Polskim, w I połowie roku 2007 Spółka była stroną następujących umów z kluczowymi klientami krajowymi:

- Kancelaria Prezydenta RP - odznaczenia państwowe,
- Ministerstwo Kultury - odznaczenia resortowe,
- Gmina Miasto Szczecin - wyroby medalierskie,
- E-monety.pl Sp. z o.o. - wyroby medalierskie,
- E-monety.pl Sp. z o.o. - monety kolekcjonerskie.

W zakresie nowoczesnych usług teleinformatycznych Spółka w tym czasie była również stroną umowy podpisanej z Zarządem Transportu Miejskiego w Warszawie, Przedsiębiorstwem Komunikacji Miejskiej w Jaworznie, jak również Przedsiębiorstwem Gospodarki Komunalnej w Suwałkach na sprzedaż biletów kodowanych na kartach zbliżeniowych w terminalach i automatach stanowiących własność Mennicy Polskiej S.A. Ponadto Spółka na mocy umów z operatorami telefonii komórkowej – poprzez sieć własnych terminali - prowadziła sprzedaż doładowań do telefonów komórkowych.

### Umowy dostawy

Poniżej przedstawiono kluczowych dostawców Mennicy Polskiej S.A. w I połowie 2007 roku:

Lp.	Podmiot umowy	Przedmiot umowy
1.	Münze Österreich, Niemcy	dostawa krążków i płytek srebrnych oraz złotych pod monety kolekcjonerskie
2.	Allgemeine Gold & Silber-cheideanstalt AG, Niemcy	dostawa krążków i płytek srebrnych oraz złotych pod monety kolekcjonerskie
3.	Hutmen S.A.	dostawa krążków pod monety obiegowe o nominałach: 1, 2, 5,10, 20 gr oraz 2 zł
4.	Mennica Metale-Szlachetne Sp. z o.o.	dostawy metali szlachetnych
5.	Heraeus, Niemcy	dostawy metali szlachetnych
6.	PAT Bugała	opakowania
7.	TERAV, Chiny	opakowania
8.	PPHU Ekopal	opakowania
9.	Irbos	opakowania
10.	Peritia	opakowania
11.	C.O.B.R.O.	opakowania
12.	Rezal	opakowania
13.	Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie	bilety kodowane na kartach zbliżeniowych
14.	Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej w Jaworznie	bilety kodowane na kartach zbliżeniowych

### 3.4. Umowy leasingu.

W I połowie 2007 Spółka była stroną umowy leasingu operacyjnego z firmą Daimler Chrysler Leasing (od 2005r.), która dotyczy samochodu Mercedes (wartość umowy 260 362 PLN).

### 3.5. Umowy objęte tajemnicą.

Mennica Polska S.A. jako jednostka istotna z punktu widzenia realizacji zadań związanych z bezpieczeństwem Państwa jest stroną umów, które mają charakter niejawni i podlegają ochronie na podstawie Ustawy z dnia 22 stycznia 1999 roku o ochronie informacji niejawnych (Dz.U. Nr 11, poz.95):

- Umowa z Narodowym Bankiem Polskim w sprawie produkcji i dostaw monet,
- Umowa z Komendą Główną Straży Granicznej na produkcję stempli kontrolerskich,
- Plan Ochrony Obiektów Mennicy Polskiej - realizowany pod nadzorem Komendy Stołecznej Policji.

W I połowie 2007 r. nie stwierdzono w Mennicy Polskiej ujawnienia informacji niejawnych osobom nieuprawnionym.



### 3.6. Umowy ze Spółkami Zależnymi.

Mennica Polska S.A. była stroną poniżej przedstawionych umów zawartych ze spółkami zależnymi, istotnych dla działalności Spółki i Grupy Kapitałowej:

- Umowa z Mennicą Ochrona Sp. z o.o., na podstawie której Mennica Ochrona Sp. z o.o. świadczyła usługi ochrony obiektów Mennicy Polskiej S.A. zlokalizowanych przy ul. Pereca 21 i Żelaznej 56;
- Umowy z Mennicą Ochrona Sp. z o.o., na podstawie których Mennica Ochrona Sp. z o.o. realizowała usługi ochrony budynków biurowych AURUM i NEFRYT;
- Umowa z Mennicą Ochrona Sp. z o.o., która określała zasady świadczenia usług ochrony w ramach projektu Warszawska Karta Miejska;
- W okresie objętym raportem Mennica Polska S.A. była stroną umów zawartych z Mennicą-Metale Szlachetne Sp. z o.o. w następujących obszarach:
  - najmu powierzchni biurowej i produkcyjnej,
  - dzierżawy maszyn i urządzeń,
  - dzierżawy metali szlachetnych,
  - świadczenia usług informatycznych,
  - świadczenia usług remontowych,
  - odbioru i zagospodarowania odpadów.

### 3.7. Umowy Ubezpieczenia.

W I połowie 2007 roku Spółka była stroną szeregu umów ubezpieczeniowych dotyczących jej majątku trwałego, wyposażenia i maszyn zawartych m.in. z Powszechnym Zakładem Ubezpieczeń S.A. do dnia 29.02.2008 r. W poniższej tabeli zostały zaprezentowane ubezpieczenia z podziałem na najważniejsze kategorie.

Rodzaj ubezpieczenia	Wartość ubezpieczenia (PLN)
Mienia od wszystkich ryzyk w tym:	143.182.190,40
- środki obrotowe	20.000.000,00
- mienie pracownicze	60.000,00
Utrata zysku w następstwie wszystkich ryzyk	94.000.000,00
Ubezpieczenie sprzętu elektronicznego stacjonarnego i przenośnego	9.978.054,76
Odpowiedzialności cywilnej z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej	4.500.000,00

- Umowa z Towarzystwem Ubezpieczeń i Reasekuracji CIGNA STU S.A. obejmuje ubezpieczenie pojazdów samochodowych w zakresie OC, AC, NW do dnia 24.06.2008 r.
- Umowa z Towarzystwem Ubezpieczeń i Reasekuracji WARTA S.A. z dnia 01.08.2001 r. obejmuje ubezpieczenie ładunków w transporcie międzynarodowym. Suma ubezpieczenia odpowiada wartości ładunku. Umowa została zawarta na czas nieokreślony.
- Umowa z Towarzystwem Ubezpieczeń i Reasekuracji CIGNA STU S.A. obejmuje ubezpieczenie terminali i automatów stacjonarnych do sprzedaży biletów oraz modemów, a także mienia od kradzieży z włamaniem i rabunku w okresie od 17.01.2007 r. do 16.01.2008 r. (na następujące sumy: 150.000,00 PLN - gotówka w automatach; 5.107.233,00 PLN - terminale, 3.200.000 PLN - automaty, 976.000,00 PLN - sprzęt komputerowy, modemy). W dniu 17.01.2007 r. ubezpieczono sprzęt

elektroniczny przenośny działający w systemie karty miejskiej w Jaworznie (wartość sprzętu 29.448,00 PLN, okres ubezpieczenia 17.01.2007 r.-16.01.2008 r.). W dniu 26.01.2007 r. ubezpieczono mienie (automaty, terminale – nowe i używane, ale nie uszkodzone) w transporcie krajowym (cargo) - okres ubezpieczenia 26.01.2007 r. do 25.01.2008 r., suma ubezpieczenia na 1 środek transportu - 10.000,00 PLN.

### **3.8 Umowy dotyczące przeglądu i badania sprawozdań finansowych Mennicy Polskiej S.A.**

W dniu 13 lipca 2007 roku Rada Nadzorcza Spółki dokonała wyboru nowego biegłego rewidenta - System Rewident Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Al. Jana Pawła II 61C, wpisanego na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów pod poz. 1253.

Umowa z nowym audytorem na przegląd i badanie sprawozdania finansowego (jednostkowego oraz skonsolidowanego) Mennicy Polskiej S.A. za rok 2007 (w tym również za I połowę 2007) została zawarta 13 sierpnia 2007. Łączna suma wynagrodzenia na mocy umowy wynosi 37 tys. zł netto.

### **4. Informacje o zmianach w powiązaniach organizacyjnych lub kapitałowych Mennicy Polskiej S.A. z innymi podmiotami**

W dniu 18 maja 2007 roku Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy KRS dokonał rejestracji podwyższonego kapitału zakładowego spółki Mennica-Metale Szlachetne Sp. z o.o. w Warszawie. Podwyższenie kapitału zakładowego tej spółki z kwoty 5.971.500 PLN do kwoty 10.624.500 PLN nastąpiło poprzez utworzenie nowych 9.306 udziałów o wartości nominalnej 500 PLN każdy. Wszystkie nowe udziały w podwyższonym kapitale zakładowym Spółki Mennica-Metale Szlachetne Sp. z o.o. objęła Mennica Polska S.A., która pokryła je wkładem niepieniężnym o wartości 4.653.000,00 PLN w postaci środków trwałych oraz środków trwałych niskocennych. Wartość ewidencyjna aktywów wniesionych w formie wkładów niepieniężnych w księgach rachunkowych Mennicy Polskiej S.A. wynosiła 6.336.907,46 PLN, amortyzacja 2.327.495,43 PLN. Ogólna liczba głosów wynikająca ze wszystkich wyemitowanych udziałów wynosi 21.249.

### **5. Opis transakcji z podmiotami powiązanymi, jeżeli jednorazowa lub łączna wartość kilku transakcji zawartych przez dany podmiot powiązany w okresie 12 miesięcy stanowi wyrażoną w złotych równowartość kwoty 500.000 EURO**

W okresie objętym raportem Mennica Polska SA. była stroną umów z Mennicą-Metale Szlachetne Sp. z o.o. w następujących obszarach:

- umowa najmu powierzchni biurowej i produkcyjnej,
- umowy dzierżawy maszyn i urządzeń,
- umowa dzierżawy metali szlachetnych,
- umowy o świadczeniu usług informatycznych,
- umowy o świadczeniu usług remontowych,
- umowa o odbiór i zagospodarowanie odpadów.

Łączna wartość realizacji umów oraz sprzedaży towarów i materiałów w omawianym okresie przekroczyła 500 000 EURO.

## **6. Informacja o zaciągniętych kredytach, umowach pożyczki, poręczeniach i gwarancji**

### **6.1. Kredyty i pożyczki zaciągnięte przez Mennicę Polską S.A.**

Według stanu na 30 czerwca 2007 roku nie występowały zaciągnięte przez Mennicę Polską S.A. kredyty lub pożyczki.

### **6.2. Informacje o poręczeniach i gwarancjach dotyczących Spółki**

Na dzień 30.06.2007 roku Mennica Polska S.A. nie udzieliła poręczeń.

W związku z realizacją kontraktów na zlecenie Mennicy Polskiej S.A. wystawione zostały następujące gwarancje bankowe:

- gwarancja BRE BANKU S.A. nr 02/1037/Z/PB/05 z dnia 09 listopada 2005 roku na rzecz Polkomtel S.A. w Warszawie na kwotę 500.000 PLN do dnia 07.05.2008 roku;
- gwarancja BRE BANKU S.A. nr 02/185/Z/PA/07 z dnia 27 marca 2007 roku na rzecz Polskiej Telefonii Cyfrowej Sp. z o.o. na kwotę 250.000,00 PLN do dnia 16.03.2008 roku;
- gwarancja BRE BANKU S.A. nr 02/247/D/PB/07 z dnia 25 kwietnia 2007 roku na rzecz Banku Centralnego Dominikany na kwotę 25.468,62 EUR do dnia 31.07.2007 roku;
- gwarancja BRE BANKU S.A. nr 02/248/D/MB/07 z dnia 26 kwietnia 2007 roku na rzecz Banku Centralnego Dominikany na kwotę 38.202,93 EUR do dnia 31.07.2008 roku.

## **7. Informacje o udzielonych pożyczkach według terminów wymagalności, ze szczególnym uwzględnieniem pożyczek udzielonych jednostkom grupy kapitałowej Mennica Polska S.A.**

Na dzień 30 czerwca 2007 roku Spółka była stroną jednej umowy pożyczki:

- z dnia 5 marca 2007 roku, na podstawie której Mennica Polska S.A. udzieliła swojej spółce zależnej pod firmą Mennica Invest Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie pożyczki w gotówce w kwocie 660.000 PLN na okres do dnia 31 marca 2009 roku. Pożyczka oprocentowana jest w wysokości WIBOR 1M z dnia poprzedzającego dzień wystawienia faktury powiększony o 2 p.p. w skali roku. Tytułem zabezpieczenia zwrotu pożyczki pożyczkobiorca wystawił weksel in blanco oraz dodatkowo ustanowił zastaw na rzeczach ruchomych, oznaczonych co do tożsamości, stanowiących wyposażenie budynku restauracyjnego przy ulicy Waliców 9/11 w Warszawie. Na dzień 30 czerwca 2007 roku do spłaty pozostało łącznie z odsetkami 668.576,02 PLN.

## **8. Opis wykorzystania przez Mennicę Polską S.A. wpływów z emisji papierów wartościowych w okresie objętym raportem**

W okresie objętym raportem Mennica Polska S.A. nie uzyskała żadnych wpływów z emisji papierów wartościowych.

## **9. Objasnienie różnic pomiędzy wynikami finansowymi wykazanymi w raporcie a wcześniej prognozowanymi**

W roku 2007 Mennica Polska S.A. nie przekazywała do publicznej wiadomości prognozowanych wyników.

## 10. Ocena zarządzania zasobami finansowymi

### 10.1 Ocena rentowności

Kształtowanie się poszczególnych wskaźników rentowności Mennicy Polskiej S.A. w okresie objętym analizą przedstawiono w poniższej tabeli:

Tab. 1 Wskaźniki rentowności

Wyszczególnienie	30-06-2005	30-06-2006	30-06-2007
Przychody ze sprzedaży netto (tys. PLN)	187 960	196 723	236 185
Rentowność sprzedaży	14,79%	10,85%	10,07%
Rentowność działalności operacyjnej	14,63%	10,38%	9,92%
Rentowność działalności gospodarczej	16,56%	11,96%	12,46%
Rentowność brutto	16,56%	11,96%	12,46%
Rentowność netto	13,32%	9,58%	10,30%
Rentowność aktywów ogółem ROA	8,49%	5,98%	6,16%
Rentowność kapitału własnego ROE	9,72%	7,01%	7,67%

- wskaźniki rentowności* - stosunki odpowiednich wielkości zysków do przychodów ze sprzedaży netto produktów, towarów i materiałów;
- wskaźnik rentowności aktywów ogółem (ROA)* – stosunek zysku netto do średniego stanu aktywów (średnia arytmetyczna ze stanów na początek i na koniec analizowanego okresu);
- wskaźnik rentowności kapitału własnego (ROE)* – stosunek zysku netto do średniego stanu kapitałów własnych (średnia arytmetyczna ze stanów na początek i na koniec analizowanego okresu).

W pierwszym półroczu 2007 roku nastąpił wzrost przychodów ze sprzedaży w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego o ponad 20%. Nastąpił nieznaczny spadek poziomu rentowności sprzedaży oraz rentowności działalności operacyjnej (na skutek wzrostu udziału w portfelu sprzedaży towarów - głównie biletów magnetycznych oraz doładowań do telefonów komórkowych, które z natury charakteryzują się niższymi marżami). Wskaźniki te jednak ciągle utrzymują się na wysokim, satysfakcjonującym poziomie. Wzrosły natomiast pozostałe wskaźniki rentowności – rentowność aktywów i kapitałów własnych - odnoszące się do całkowitej działalności gospodarczej Spółki. Rentowność netto przekroczyła poziom 10%, co przełożyło się na wygenerowanie zysku netto za I półrocze 2007 w wysokości 24 339 tys. PLN.

### 10.2 Ocena płynności

Oceny płynności finansowej dokonano na podstawie analizy poziomu i struktury kapitału obrotowego oraz wskaźników rotacji podstawowych składników kapitału obrotowego, a także na podstawie analizy poziomu wskaźników płynności.

Tab. 1 Kapitał obrotowy (w tys. PLN)

Wyszczególnienie	30-06-2005	30-06-2006	30-06-2007
1. Majątek obrotowy	144 946	183 175	170 614
2. Środki pieniężne i papiery wartościowe przeznaczone do obrotu	80 287	113 321	81 304
3. Majątek obrotowy skorygowany (1-2)	64 659	69 854	89 310
4. Zobowiązania bieżące (bez rezerw krótkoterminowych)	37 938	51 765	80 701
5. Kredyty krótkoterminowe	200	150	0
6. Zobowiązania bieżące skorygowane (4-5)	37 738	51 615	80 701
7. Kapitał obrotowy (1-4)	107 007	131 410	89 913
8. Zapotrzebowanie na środki obrotowe (3-6)	26 920	18 239	8 609
9. Saldo netto środków pieniężnych (7-8)	80 087	113 171	81 304
10. Udział środków własnych w finansowaniu majątku obrotowego (7:1)	73,83%	71,74%	52,46%

- a) *Kapitał obrotowy - różnica pomiędzy wielkością majątku obrotowego a wielkością zobowiązań bieżących. Wskaźnik ten określa wartość zasobów obrotowych, która jest finansowana z własnego majątku;*
- b) *Zapotrzebowanie na fundusze obrotowe - różnica pomiędzy wielkością majątku obrotowego pomniejszonego o środki pieniężne a wielkością zobowiązań bieżących pomniejszonych o kredyty krótkoterminowe. Wskaźnik ten pozwala na określenie, jaka część majątku obrotowego (bez środków pieniężnych) nie jest finansowana za pomocą zobowiązań bieżących;*
- c) *Saldo netto środków pieniężnych - różnica pomiędzy stanem kapitału obrotowego netto a zapotrzebowaniem na kapitał obrotowy. Ujemne saldo określa występowanie zapotrzebowania na zewnętrzne źródła finansowania, dodatnie oznacza nadmiar środków pieniężnych ponad bieżące potrzeby.*

W analizowanym okresie majątek obrotowy Mennicy Polskiej S.A. finansowany był głównie środkami własnymi, a ich udział w finansowaniu wyniósł prawie 53%. Wskaźnik ten uległ jednak obniżeniu w stosunku do poprzednich okresów z uwagi na rozwój działalności deweloperskiej, która charakteryzuje się finansowaniem nakładów na realizację inwestycji bieżącymi zaliczkami przyszłych właścicieli. Korzystnej tendencji ulegało zapotrzebowanie na środki obrotowe. Wszystkie powyższe wskaźniki kształtowały się na poziomach wskazujących na efektywne zarządzanie środkami zaangażowanymi w finansowanie bieżącej działalności.

Tab. 2 Cykle rotacji głównych składników kapitału obrotowego (w dniach)

<b>Wyszczególnienie</b>	<b>30-06-2005</b>	<b>30-06-2006</b>	<b>30-06-2007</b>
Cykl rotacji zapasów	30,1	39,1	43,0
Cykl rotacji należności	28,7	22,4	19,8
Cykl rotacji zobowiązań	32,0	39,2	50,5
Kapitał obrotowy w dniach obrotu	102,5	120,2	68,5
Cykl operacyjny	58,9	61,5	62,9
Cykl konwersji gotówkowej	26,8	22,4	12,3

- a) *Wskaźniki rotacji - stosunki średniego stanu odpowiednio zapasów, należności, zobowiązań bieżących (średnia arytmetyczna ze stanów na początek i koniec badanego okresu) do sprzedaży netto pomnożona przez liczbę dni w okresie;*
- b) *Kapitał obrotowy w dniach obrotu - stosunek wielkości kapitału obrotowego do sprzedaży netto pomnożona przez liczbę dni w okresie obrachunkowym;*
- c) *Cykl operacyjny - suma cyklu rotacji należności i cyklu rotacji zapasów; przedstawia okres, po jakim gotówka zostaje odzyskana po wprowadzaniu jej do procesów gospodarczych;*
- d) *Cykl konwersji gotówkowej - cykl operacyjny skorygowany o wielkość rotacji zobowiązań krótkoterminowych; określa liczbę dni, w których muszą zostać zaangażowane dodatkowe środki (poza zobowiązaniami bieżącymi) pozwalające na sfinansowanie majątku obrotowego.*

W I półroczu 2007 nieznacznemu wydłużeniu uległ cykl rotacji zapasów. Był to jednak skutek nie złego zarządzania a realizacji przez Spółkę inwestycji budowlanych, które z natury charakteryzują się wolną rotacją zapasów (nakłady na produkcję w toku) oraz długim cyklem operacyjnym. Pozostałe wskaźniki zarządzania majątkiem obrotowym wykazały w analizowanym okresie pozytywne tendencje - zmniejszył się średni okres odzyskiwania należności (z 22,4 do 19,8 dni). Jednocześnie wydłużył się cykl rotacji zobowiązań (z 39,2 do 50,5 dni), co było skutkiem przyrostu zaliczek na poczet budowy mieszkań, jak również efektywnego wykorzystywania kredytu kupieckiego. W efekcie znaczącej poprawie uległ również cykl konwersji gotówkowej (z 22,4 do 12,3 dni), czyli liczba dni, w których muszą zostać zaangażowane dodatkowe środki własne na sfinansowanie majątku obrotowego.

Tab.3 Wskaźniki płynności

<b>Wyszczególnienie</b>	<b>30-06-2005</b>	<b>30-06-2006</b>	<b>30-06-2007</b>
Wskaźnik bieżącej płynności (CR)	3,8	3,5	2,1
Wskaźnik płynności szybkiej (QR)	2,9	2,6	1,4
Wskaźnik natychmiastowy	1,9	2,2	1,0

- a) wskaźnik bieżący (CR) - stosunek stanu majątku obrotowego do stanu zobowiązań bieżących; obrazuje zdolność firmy do regulowania bieżących zobowiązań przy wykorzystaniu aktywów bieżących;
- b) wskaźnik szybki (QR) - stosunek stanu majątku obrotowego pomniejszonego o zapasy do stanu zobowiązań bieżących. Obrazuje zdolność zgromadzenia w krótkim czasie środków pieniężnych na pokrycie zobowiązań o wysokim stopniu wymagalności;
- c) wskaźnik natychmiastowy - stosunek stanu środków pieniężnych do stanu zobowiązań bieżących. Obrazuje zdolność do pokrycia zobowiązań o natychmiastowej wymagalności przy wykorzystaniu dysponowanych środków pieniężnych.

W ciągu ostatnich okresów występowała tendencja redukcji zbyt wysokiej płynności na rzecz zaangażowania środków w działalność inwestycyjną. W I półroczu 2007 roku na skutek redukcji stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów spadkowi uległy wszystkie z przedstawionych wskaźników płynności. Spółka posiada jednak w dalszym ciągu bezpieczną, wysoką płynność finansową (aktywa obrotowe ponad dwukrotnie a środki pieniężne – w całości pokrywają zobowiązania bieżące). Nie przewiduje się jakichkolwiek trudności z obsługą bieżących zobowiązań.

### 10.3 Ocena stopnia zadłużenia

Dla oceny stopnia zadłużenia Mennicy Polskiej S.A. oraz oceny struktury finansowania jej majątku zastosowano wskaźniki przedstawione w tabeli poniżej:

Tab. 4 Wskaźniki stopnia zadłużenia

Wyszczególnienie	30-06-2005	30-06-2006	30-06-2007
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	13,0%	16,9%	22,0%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	15,2%	20,3%	28,2%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	85,9%	83,1%	78,0%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,1%	0,0%	0,0%

- a) Wskaźnik ogólnego zadłużenia - stosunek zobowiązań ogółem do aktywów ogółem. Obrazuje udział zewnętrznych źródeł finansowania działalności;
- b) Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego - stosunek zobowiązań ogółem do kapitałów własnych;
- c) Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi - stosunek kapitałów własnych do aktywów ogółem. Przedstawia udział środków własnych w finansowaniu działalności;
- d) Wskaźnik zadłużenia długoterminowego - relacja zobowiązań długoterminowych do ogólnej sumy aktywów. Określa udział zobowiązań długoterminowych w finansowaniu działalności.

W ostatnich okresach wskaźniki zadłużenia Mennicy Polskiej S.A. wykazywały nieznaczną tendencję rosnącą, co było efektem wzrostu zobowiązań bieżących, w tym zaliczek na poczet budowy mieszkań. W dalszym ciągu zadłużenie Spółki utrzymuje się na niskim, bardzo bezpiecznym poziomie a struktura źródeł finansowania majątku Spółki jest stabilna. Spółka nie posiada zadłużenia długoterminowego. Podsumowując należy stwierdzić, iż Spółka posiada bardzo bezpieczną sytuację w zakresie poziomu zadłużenia zarówno krótko, jak i długoterminowego.

### 10.4 Podsumowanie

W omawianym okresie wyniki finansowe Mennicy Polskiej S.A. kształtowały się na satysfakcjonującym poziomie a przychody ze sprzedaży z okresu na okres wzrastały. Uwzględniając dotychczasową sytuację ekonomiczną - finansową Spółki nie przewiduje się żadnego zagrożenia utraty płynności, ani też wystąpienia jakichkolwiek trudności w terminowej obsłudze zobowiązań.

## **11. Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków**

W omawianym okresie Mennica Polska S.A. w zakresie działalności produkcyjnej realizowała program typowych inwestycji odtworzeniowo - modernizacyjnych. Oprócz powyższych inwestycji, rozwijano również inwestycję polegającą na budowie ogólnopolskiej sieci systemów elektronicznych płatności. Wymienione inwestycje finansowane były środkami własnymi (nadwyżka finansowa). W I połowie roku 2007 kontynuowano realizację projektu deweloperskiego „Rajska Jabłoń”. W ramach aktywnego zarządzania środkami pieniężnymi Spółka dokonywała również inwestycji w akcje spółek notowanych na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych S.A., jednakże inwestycje te nie powodowały powstania obowiązków informacyjnych.

W roku 2007 Mennica Polska S.A. planuje kontynuację programu inwestycji odtworzeniowo-modernizacyjnych, dalszą rozbudowę systemów elektronicznych płatności oraz wdrożenie elektronicznych biletów w nowych miastach. Kolejnym kierunkiem inwestowania będzie kontynuacja budowy osiedla „Rajska Jabłoń” zlokalizowanego w miejscowości Jabłonna. Główne źródła finansowania inwestycji nadal stanowić będą środki własne Spółki. Nie przewiduje się żadnych emisji akcji czy dłużnych papierów wartościowych. Spółka nie przewiduje żadnych zagrożeń w realizacji zamierzeń inwestycyjnych w roku 2007.

## **12. Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności gospodarczej**

W omawianym okresie nie wystąpiły nietypowe zdarzenia lub czynniki mające istotny wpływ na działalność gospodarczą Mennicy Polskiej S.A.

## **13. Charakterystyka zewnętrznych i wewnętrznych czynników istotnych dla rozwoju przedsiębiorstwa Mennicy Polskiej S.A. oraz opis perspektyw rozwoju działalności gospodarczej**

### **13.1. Zewnętrzne czynniki rozwoju**

Do najważniejszych czynników zewnętrznych związanych ze specyfiką działalności Mennicy Polskiej S.A., zaliczyć można następujące:

- a) politykę Narodowego Banku Polskiego w zakresie emisji nowych monet. Od polityki emisyjnej NBP uzależnione są przychody Mennicy Polskiej S.A. z produkcji monet zarówno obiegowych, jak i kolekcjonerskich,
- b) poziom inflacji w Polsce, od którego zależeć będzie ilość pieniędzy znajdujących się w obiegu oraz rodzaj zapotrzebowania na monety,
- c) doskonalenie systemu obsługi bankowej i wprowadzanie obrotu bezgotówkowego w transakcjach, co może częściowo ograniczyć obrót z wykorzystaniem monet i pośrednio wpływać na ich wolniejsze zużycie,
- d) tempo wdrożenia elektronicznych biletów w pozostałych aglomeracjach w Polsce,
- e) rozwój systemu mikropłatności bezgotówkowych i transakcji przedpłatanych, powodujący wzrost zainteresowania funkcjami Elektronicznej Portmonetki,
- f) sytuację na zagranicznych rynkach wyrobów numizmatycznych i potencjalnych eksportowych rynkach zbytu monet obiegowych,
- g) integrację walutową państw członkowskich Unii Europejskiej oraz przystąpienie Polski do strefy EURO, co stymulować będzie zapotrzebowanie na produkcję monet EURO.

### **13.2. Wewnętrzne czynniki rozwoju**

Do mocnych stron Spółki, wpływających na jej dalszy rozwój należą:

- a) ponad dwustuletnia tradycja produkcji monetarnej, gwarantująca doświadczenie produkcyjne i techniczne w zakresie unikalnych mennicznych technologii,
- b) reputacja Mennicy Polskiej S.A. jako niezawodnego dostawcy wysokiej jakości produktów i solidnego odbiorcy o mocnej pozycji finansowej,
- c) doświadczona i zintegrowana z przedsiębiorstwem kadra o wysokich kwalifikacjach zawodowych,
- d) wysoki poziom wyposażenia technicznego w części menniczej, porównywalny z najlepszymi mennicami europejskimi oraz wysokie umiejętności technologiczne Spółki,
- e) posiadanie certyfikatów systemu zarządzania jakością PN-ISO 9001:2001, zarządzania środowiskiem PN-EN 14001, zarządzania BHP PN-N 18001,
- f) rozwój nowych produktów w dziedzinie elektronicznych płatności,
- g) dywersyfikacja produktów i usług związanych z projektem „Karta Miejska” oraz innych projektów związanych z nowymi technologiami.

Do słabych stron Mennicy Polskiej S.A. można zaliczyć:

- a) wąski krąg odbiorców na kluczowych rynkach zbytu,
- b) mały udział eksportu w sprzedaży.

### **13.3. Elementy strategii rozwoju Mennicy Polskiej S.A.**

Cele strategiczne rozwoju Mennicy Polskiej S.A.:

1. koncentracja działalności Mennicy Polskiej S.A. na biznesie podstawowym, jakim jest produkcja monetarna, w tym:
  - utrzymanie pozycji w zakresie monet obiegowych i kolekcjonerskich na rynku krajowym,
  - zintensyfikowanie produkcji i sprzedaży monet obiegowych i kolekcjonerskich przeznaczonych na wybrane rynki zagraniczne,
2. kontynuacja rozwoju działalności związanej z elektronicznymi płatnościami,
3. kontynuacja rozwoju działalności związanej z budownictwem mieszkaniowym.

Realizacja powyższych zadań wymagać będzie:

- 1) utrzymania i rozwoju posiadanego potencjału technicznego, organizacyjnego i kadrowego,
- 2) utrzymania strategicznej przewagi konkurencyjnej w podstawowych grupach produktowych,
- 3) przeciwdziałania zagrożeniom stwarzanym przez Spółkę dla środowiska naturalnego poprzez minimalizację negatywnego oddziaływania procesów produkcyjnych na środowisko.

W ramach realizacji tej strategii, w poszczególnych obszarach działalności Spółki przewidywane są następujące przedsięwzięcia:



W obszarze rynkowym:

Głównymi zadaniami strategicznymi w obszarze rynkowym jest utrzymanie mocnej, dominującej pozycji rynkowej strategicznych grup produktowych, konsekwentne poszerzanie udziału w rynku usług opartych o nowoczesne technologie teleinformatyczne - rozwój programu „Karta Miejska” oraz kontynuacja budowy silnej pozycji marki “Mennica Polska”, oznaczającej niezawodnego dostawcę produktów wysokiej jakości. W odniesieniu do poszczególnych grup produktów przewiduje się m.in.:

- 1) aktywizację działalności ofertowej Spółki w stosunku do potencjalnych rynków eksportu monet obiegowych i kolekcjonerskich, tzn. państw nie posiadających własnych mennic lub nie dysponujących nowoczesnymi technologiami produkcji monetarnej,
- 2) podjęcie prób reaktywowania i rozszerzenia tradycji numizmatycznych w Polsce, których efektem byłyby wzrost zamówień na monety kolekcjonerskie,
- 3) rozwój handlu detalicznego w zakresie wyrobów grawersko – medalierskich,
- 4) umacnianie i dalszą poprawę współpracy z kluczowymi partnerami handlowymi Spółki w kraju i za granicą,
- 5) wdrażanie kolejnych programów aplikacji dla Karty Miejskiej.

W obszarze organizacji i zarządzania:

W obszarze organizacji i zarządzania podstawowym zadaniem strategicznym jest kontynuacja wdrożenia i doskonalenie wprowadzanego systemu i metod zarządzania jakością zgodnego z normami ISO poprzez:

- 1) doskonalenie systemu zarządzania, pozwalającego na stosowanie metod zarządzania wartością,
- 2) rozbudowę zintegrowanego systemu informatycznego klasy ERP,
- 3) budowę motywacyjnych systemów pracy i wynagradzania,
- 4) optymalizację poziomu zatrudnienia,

W sferze technologiczno-produkcyjnej:

- 1) wprowadzenie nowych technologii produkcji monet,
- 2) zacieśnienie współpracy technologicznej z krajowymi i zagranicznymi dostawcami krążków do produkcji monet w celu posiadania zaplecza zaopatrzeniowego umożliwiającego pozyskanie półproduktów dla wytwarzania nowoczesnych technologicznie monet,
- 3) systematyczne wprowadzanie najnowszych rozwiązań informatycznych do procesów technologiczno-produkcyjnych w celu ich optymalizacji pod względem uzyskiwanej jakości produktów oraz ponoszonych kosztów.

#### **14. Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania spółką Mennica Polska S.A. oraz w poziomie komputeryzacji, wspomagającej zarządzanie w spółce i grupie kapitałowej**

Spółka posiada wdrożony system informatyczny SAP, który podlega naturalnemu rozwojowi związanemu z optymalizacją istniejących i wprowadzaniem nowych procesów biznesowych. Obecnie Spółka znajduje się na etapie wdrożenia modułów PP (planowanie produkcji) oraz HR (zarządzanie zasobami ludzkimi).

## 15. Zmiany w składzie osób zarządzających i nadzorujących w okresie objętym raportem

W I półroczu 2007 roku nie nastąpiły zmiany w składzie organów Spółki.

### Zarząd Mennicy Polskiej S.A.

- Tadeusz Steckiewicz – Prezes Zarządu, Dyrektor Naczelny,
- Barbara Sissons – Członek Zarządu, Dyrektor ds. Finansowych,
- Leszek Kula – Członek Zarządu, Dyrektor Operacyjny.

### Rada Nadzorcza Mennicy Polskiej S.A.

- Zbigniew Jakubas – Przewodniczący,
- Piotr Sendeki – Z-ca Przewodniczącego,
- Krzysztof Malicki – Sekretarz,
- Krzysztof Mikołajczak – Członek,
- Marek Felbur – Członek,
- Leszek Biedka – Członek.

## 16. Wartość wynagrodzeń i nagród (w pieniądzu i w naturze) odrębnie dla osób zarządzających i nadzorujących

### Rada Nadzorcza

L.p.	Nazwisko	Imię	Wynagrodzenie
1	Biedka	Leszek	28 864,52
2	Felbur	Marek	28 864,52
3	Jakubas	Zbigniew	36 736,71
4	Malicki	Krzysztof	31 488,60
5	Mikołajczak	Krzysztof	28 864,52
6	Sendeki	Piotr	31 488,60
	<b>Razem</b>		<b>186 307,47</b>

### Zarząd

L.p.	Nazwisko	Imię	Wynagrodzenie
1	Steckiewicz	Tadeusz	434 960,44
2	Kula	Leszek	363 519,74
3	Sissons	Barbara	360 558,74
	<b>Razem</b>		<b>1 159 038,92</b>

## 17. Wartość niespłaconych pożyczek udzielonych osobom zarządzającym i nadzorującym

W okresie objętym raportem Spółka nie posiadała wierzytelności z tytułu pożyczek oraz nie udzieliła gwarancji ani poręczeń dla członków Zarządu, Rady Nadzorczej oraz ich małżonków, wstępnych i zstępnych.

**18. Określenie łącznej liczby i wartości nominalnej wszystkich akcji (udziałów) Mennicy Polskiej SA oraz akcji i udziałów w jednostkach grupy kapitałowej, będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących (dla każdej osoby oddzielnie)**

Według stanu na dzień 30 czerwca 2007 roku:

- Pan Leszek Kula – Prokurent posiadał 995 akcji o wartości nominalnej 9.950 PLN,
- Pan Zbigniew Jakubas - Przewodniczący Rady Nadzorczej posiadał 991.444 akcje o wartości nominalnej 9.914.440 PLN,
- Pan Krzysztof Malicki - Członek Rady Nadzorczej posiadał 525 akcji o wartości nominalnej 5.250 PLN.

Poza wskazanymi powyżej, Członkowie Zarządu oraz Rady Nadzorczej nie posiadają akcji Mennicy Polskiej SA ani też akcji i udziałów w innych podmiotach w ilości, która zapewniałaby wpływ na zarządzanie tymi podmiotami.

**19. Akcjonariusze posiadający bezpośrednio lub pośrednio poprzez podmioty zależne, co najmniej 5% w ogólnej liczbie głosów na Walnym Zgromadzeniu według stanu na 30.06.2007 roku:**

Nazwa	Liczba akcji	% głosów
Zbigniew Jakubas ze spółkami Multico Sp. z o. o. i Multico Press Sp. z o.o.	2 727 466	41,51
Skarb Państwa	2 079 115	31,64
Bank Gospodarstwa Krajowego	674 401	10,26

**20. Informacje o znanych Mennicy Polskiej S.A. umowach, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy i obligatariuszy**

Na dzień 30 czerwca 2007 roku Mennica Polska S.A. nie posiadała informacji o zawarciu takich umów.

Warszawa, 17 września 2007 roku