



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.

2012

Raport roczny Annual Report





## Contents

Information on the Mint of Poland and its operating strategy .....	2
Events in the Mint of Poland in 2012 .....	6
Shareholders and Supervisory Board of the Mint of Poland .....	8
Core products and services of the Mint of Poland .....	14
The Company's development perspectives .....	36
Strategic development goals of the Mint of Poland S.A. ....	38
Future of the Mint of Poland – external factors .....	40
Consolidated statement of financial standing .....	56
Social responsibility of the Mint of Poland .....	60

## Spis treści

Informacje o Mennicy Polskiej i strategia działania .....	3
Wydarzenia 2012 roku w Mennicy Polskiej .....	7
Akcjonariusze i Rada Nadzorcza Mennicy Polskiej .....	9
Podstawowe produkty i usługi Mennicy Polskiej .....	15
Perspektywy rozwoju działalności Spółki .....	37
Cele strategiczne rozwoju Mennicy Polskiej S.A. ....	39
Przyszłość Mennicy Polskiej – czynniki zewnętrzne .....	41
Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej .....	56
Spoleczna odpowiedzialność Mennicy Polskiej .....	61



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.



## Information on the Mint of Poland and its operating strategy

Dear Sirs,

The Mint of Poland is a brand which has boasted of its achievements for the past 247 years. Its history started with King Stanisław August Poniatowski's monetary reform; over the years our main objective has been to maintain the highest quality and artistry in the art of minting. In 2012 the Mint of Poland continued its successful cooperation with the National Bank of Poland, which entrusts our firm and our minters with the production of all circulation and collector coins. In 2012 the Mint of Poland concluded another contract with NBP, the value of which increased compared with the prior years' one. We treat this as recognition of the quality of our work and prediction of another year of strategic cooperation.

In 2012 we pursued the Mint of Poland's development strategy consisting mainly of consolidating mint production in Poland and abroad. We can boast of growing sales of coins and numismatics on foreign markets, in countries such as Russia, Kazakhstan, Ukraine as well as China.

Thinking of the Company's future, we also perceive value in developing our potential to achieve new possibilities and provide new services. We are systematically working on multi-year projects, such as expanding our development projects and developing modern electronic payment systems – urban transport ticket sales systems. To-date the Mint of Poland has implemented ticket sales systems in the largest Polish cities, including in Warsaw and Wrocław, in 10 locations throughout Poland, and is one of the market leaders in this respect. In 2012 our oldest and largest projects, such as the Wrocław Urban Transport Card System – URBANCARD, achieved business maturity.

2012 was a very special year for the Mint of Poland in terms of its participation in the production and sales of gold. As the sole manufacturer and distributor of gold bars



### **Carskie Jaja Fabergé – Jajo lauowe**

nominał 100 dolarów, próba Au 900, stempel lustrzany, wymiary 41,60 x 55,60 mm (elipsa), projektant Robert Kotowicz

### **Imperial Fabergé Eggs – Bay Tree Egg**

face value 100 Dollars, alloy Au 900, finish proof, size 41.60 x 55.60 mm (ellipse), designer Robert Kotowicz

## Informacje o Mennicy Polskiej i strategia działania

Szanowni Państwo,

Mennica Polska to marka, która szczyty 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 sztuki 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, Białoruś 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.





**MENNICA  
POLSKA**

ISTOTNIE OD 1766 R.



#### **Arcydzieła renesansu – Dama z gronostajem**

nominał 1 dolar, próba Ag 925, selektywne złocenie, stempel lustrzany, wymiary 40 x 40 mm, projektant Robert Kotowicz

#### **Masterpieces of Renaissance – Lady with an Ermine**

face value 1 Dollar, alloy Ag 925 with selective gilding, finish proof, size 40 x 40 mm, designer Robert Kotowicz

in Poland, we maintained our lead position on the Polish market, declassing all other players. In 2012, the Group sold – retail and wholesale – over 10 tonnes of gold in a form covering the whole range of its products, including bars, coins and other mint and industrial products. Our tradition, and trustworthy brand, as well as the top quality of our services and efficient management allowed us to satisfy, to a large extent, the market's immense demand for gold and to implement improvements in customer service, such as enhancing the quality of on-line purchases. Despite significant trend fluctuations on the market, we gained unique experience and competencies to strategically develop this operating segment despite the periodical changes in market conditions. We do not expect consecutive years to be as favourable as the bull year of 2012, but this will give us time to systematically develop the Polish market and educate investors on how to safely invest in gold.

Last year we concentrated on consolidating our assets, best products and customer services. At the same time, we searched for ways to develop the Company and improve management efficiency. I cordially invite you to acquaint yourselves with the separate Directors' Report of the Mint of Poland for 2012. I believe that the information on our activities and results will encourage you to cooperate with us.

Respectfully Yours,

Grzegorz Zambrzycki  
President of The Board  
and General Director of The Mint of Poland

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 mennicznych 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. podwyższać jakość zakupów on-line. Pomimo znacznej zmienności trendów na tym rynku, zyskałyśmy 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.

Serdecznie pozdrawiam



Grzegorz Zambrzycki  
Prezes i Dyrektor Naczelny Mennicy Polskiej



#### Tajemnice historii – Bursztynowa komnata

nominał 100 dolarów, próba Au 999, stempel lustrzany, bursztyn, średnica 40 mm

#### Mysteries of History – Amber Room

face value 100 Dollars, alloy Au 999, finish proof, amber, diameter 40 mm



## Events in the Mint of Poland in 2012

2012 was a very eventful year for the Mint of Poland in respect of the Company's development:

- consolidating the Company's position on the numismatic market – unique collector coins of the National Bank of Poland and Polish and foreign numismatics. the operation of the Treasury of the Mint of Poland as a significant seller of numismatics ([www.skarbiecmennicy.pl](http://www.skarbiecmennicy.pl))
- further development of the sales outlets of the Mint of Poland – opening points of sale in Poznań and Warsaw. Apart from coins and numismatics, and investment gold, they sell products prepared exclusively for the Mint of Poland
- boom on the investment gold market – the Group sold – retail and wholesale – over 10 tonnes of gold in a form covering the whole range of its products
- the Mint of Poland portal was launched, with gold, silver and diamonds: <http://inwestycje.mennica.com.pl/>. The portal also contains current information on the conditions on the Polish and global investment markets, and manuals on investing in those instruments
- improvement in the quality of management through the operations of the companies Mennica Polska S.A and



Mennica Polska od 1766 (responsible for trading in and the marketing of minted and numismatic products, which had a significant impact on the comparability of the separate financial statements of Mennica Polska S.A. in respect of similar prior year periods)

- presentations of the Mint of Poland's offer at important events both in Poland and abroad, including at the World Money Fair in Berlin
- acknowledgement on international markets and prizes in prestigious competitions, including for the coin issued by the National Bank of Poland and minted by the Mint of Poland: "Europa bez barier – 100 lecie Towarzystwa Opieki nad Ociemniałymi" [Europe without Borders – Centenary of the Blind Aid Society] – received an award at the international competition Coin of the Year 2013 as the most inspiring coin in 2013.
- constant development of the urban transport ticket sales systems network and electronic payment systems
- Mennica Polska S.A. is the owner of Mennica Polska Spółka Akcyjna Tower. Further work on preparing developer projects related to the Company's assets
- very good financial results in the Company and Group

### Tajemnice Historii – Święty Graal

nominat 100 dolarów, próba Au 999, stempel lustrzany, średnica 40 mm

### Mysteries of History – Holy Grail

face value 100 Dollars, alloy Au 999, finish proof, diameter 40 mm,



## Wydarzenia 2012 roku w Mennicy Polskiej

2012 rok był dla Mennicy Polskiej rokiem obfitującym w wydarzenia dotyczące rozwoju Spółki:

- umacnianie pozycji Spółki na rynku numizmatycznym – wyjątkowe monety kolekcjonerskie Narodowego Banku Polskiego oraz monety i numizmaty polskie i zagraniczne. Także funkcjonowanie Skarbcza Mennicy Polskiej jako znaczącego dystrybutora numizmatów ([www.skarbiecmennicy.pl](http://www.skarbiecmennicy.pl))
- dalszy rozwój sieci sklepów Mennicy Polskiej – otwarcie placówek w Poznaniu i Warszawie. Oprócz monet i numizmatów oraz złota inwestycyjnego, znajdują się w nich produkty przygotowane wyłącznie dla Mennicy Polskiej
- boom na rynku złota inwestycyjnego – Grupa sprzedała w detalu i w hurcie ponad 10 ton złota w postaci całej gamy swoich produktów
- ruszył portal Mennicy Polskiej ze złotem, srebrem i brylantami: <http://inwestycje.mennica.com.pl/>. W portalu znajdują się również bieżące informacje o sytuacji na polskim i światowym rynku inwestycji oraz poradniki dotyczące inwestycji w te instrumenty
- poprawa jakości zarządzania poprzez funkcjonowanie Spółek Mennica Polska S.A i Spółki Mennica Polska od 1766 (odpowiada za handel i marketing produktów mennicznych

i numizmatycznych, co wywiera istotny wpływ na porównywalność sprawozdań jednostkowych Mennicy Polskiej S.A. z analogicznymi okresami lat poprzednich)

- prezentacje oferty Mennicy Polskiej na najważniejszych imprezach za granicą i w Polsce, w tym podczas targów World Money Fair w Berlinie.
- uznanie na międzynarodowych rynkach i nagrody w prestiżowych konkursach, w tym moneta wyemitowana przez Narodowy Bank Polski i wykonana w Mennicy Polskiej; „Europa bez barier – 100 lecie Towarzystwa Opieki nad Ociemniałymi” – została nagrodzona w międzynarodowym konkursie Coin of the Year 2013 jako najbardziej inspirująca moneta roku 2012 oraz doceniona podczas rozdania nagród Coin Constellation 2012 w kategorii „unikalny pomysł”.
- stały rozwój sieci systemów sprzedaży biletów komunikacji miejskiej i systemów płatności elektronicznych
- Mennica Polska S.A. właścicielem Spółki Mennica Polska Spółka Akcyjna Tower. Dalsze prace nad przygotowywaniem projektów developerskich związanych z majątkiem Spółki
- bardzo dobre wyniki finansowe w Spółce i Grupie Kapitałowej



### Kalendarz chiński – Rok Węża (wąż bajkowy)

nominał 1 dolar, próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 38,61 mm

### Chinese Calendar – Year of the Snake (Fairy Tale Snake)

face value 1 Dolar, alloy Ag 925, finish proof, diameter 38.61 mm



#### **Dzwoneczek Świąteczny**

nominał 2 dolary, próba Ag 999, stempel lustrzany, wymiary 45,70 x 42,10 mm (dzwoneczek), projektant Urszula Walerzak

#### **Christmas Bell**

face value 2 Dollars, alloy Ag 999, finish proof, size 45.70 x 42.10 mm (bell), designer Urszula Walerzak

## Shareholders and Supervisory Board of the Mint of Poland

### Shareholders:

<http://www.mennica.com.pl/dla-inwestorow/akcjonariusze.html>

- Zbigniew Jakubas and subsidiaries  
25,914,732 shares/votes – 49.99%
- ING Otwarty Fundusz Emerytalny  
3,830,000 shares/votes – 7.39%
- Amplico Otwarty Fundusz Emerytalny  
3,664,490 shares/votes – 7.07%
- PZU Otwarty Fundusz Emerytalny  
3,538,420 shares/votes – 6.83%
- Joanna Jakubas  
2,959,000 shares/votes – 5.71%

### Supervisory Board of the Mint of Poland S.A.

In the period from 1 January to 31 December 2012, the composition of the Supervisory Board was as follows:

- Zbigniew Jakubas – President
- Piotr Senddecki – Vice-President

### Members:

- Marek Felbur
- Paweł Brukszo - Secretary
- Mirosław Panek

## Akcjonariusze i Rada Nadzorcza Mennicy Polskiej

### Akcjonariusze:

<http://www.mennica.com.pl/dla-inwestorow/akcjonariusze.html>

- Zbigniew Jakubas wraz z podmiotami zależnymi  
25 914 732 szt. akcji/głosów – 49,99%
- ING Otwarty Fundusz Emerytalny  
3 830 000 szt. akcji/głosów – 7,39%
- Amplico Otwarty Fundusz Emerytalny  
3 664 490 szt. akcji/głosów – 7,07%
- PZU Otwarty Fundusz Emerytalny  
3 538 420 szt. akcji/głosów – 6,83%
- Joanna Jakubas  
2 959 000 szt. akcji/głosów – 5,71%

### Rada Nadzorcza Mennicy Polskiej S.A.

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2012 roku Rada Nadzorcza działała w następującym składzie:

- Zbigniew Jakubas – Przewodniczący
- Piotr Sendeci – Zastępca Przewodniczącego

### Członkowie:

- Marek Felbur
- Paweł Brukszo – Sekretarz
- Mirosław Panek



#### Carskie Sielo

nominał 2 dolary, próba Ag 925, stempel lustrzany, tampondruk oraz bursztyn, wymiary 1 • 32 mm, 4 • 35 x 35 mm, projektant Sebastian Mikołajczak

#### Tsarskoye Selo

face value 2 Dollars, alloy Ag 925, finish proof, pad printing and amber, size 1 • 32 mm, 4 • 35 x 35 mm, designer Sebastian Mikołajczak

## Mennica Polska S.A.

Mennica – Metale Szlachetne S.A. – 100%

Mennica Invest Sp. z o.o. – 100%

Mennica Ochrona Sp. z o.o. – 100%

Skarbiec Mennicy Polskiej S.A. – 100%

MENNICA Fundusz Inwestycyjny Zamknięty  
Aktywów Niepublicznych – 100%

Mennica Polska Spółka Akcyjna SKA – 50%

Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o. – 100%

Mennica Polska Spółka Akcyjna Tower SKA  
– 100%

## Structure of the Mint of Poland Group

The structure of the Mint of Poland Group reflects the Mint of Poland's operating strategy. The Company holds or controls 100% shares in the Group companies. Each of the Group companies specializes in a specific area, complementing the Mint of Poland's operating profile. As a result of having specific areas of activities, the isolated entities find it easier to operate due to having greater autonomy.

In 2012 the Mint of Poland S.A. acquired 100% shares in Trinity Limited Partnerships Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (SPV 3). On 11 June 2012 the Extraordinary General Shareholders' Meeting changed the Company's Memorandum of Association and its name to: Mennica Polska Spółka Akcyjna Tower Spółka komandytowo-akcyjna (limited joint-stock partnership).

In 2012 a new entity began operating within the Mint of Poland Group – Mennica Polska od 1766 (100% owned by the Mint of Poland). The entity is responsible for developing numismatic markets and investment products offered by the Group in Poland and abroad. Establishing the new company, and transferring trading and marketing operations to the new organizational entity, enabled the Mint of Poland and Mint of Poland Group to better and more effectively assess the results of operations, both in terms of trading and marketing, on the mint markets. It also facilitated promoting the Mint of Poland's trademarks which were contributed to the new entity.

## Struktura Grupy Kapitałowej Mennicy Polskiej

Struktura Grupy Kapitałowej odzwierciedla strategię działania Mennicy Polskiej. Spółka skupia 100% udziałów firm z Grupy lub sprawuje nad nimi kontrolę. Każda firma z Grupy zajmuje się wyspecjalizowaną dziedziną, która jest uzupełnieniem profilu działalności Mennicy Polskiej. Ze względu na specyficzne obszary aktywności wyodrębnionym podmiotom łatwiej jest funkcjonować, mając większą autonomię.

W 2012 r. Mennica Polska S.A. nabyła 100 % akcji w Spółce Trinity Limited Partnerships Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (SPV 3). 11 czerwca 2012 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie dokonało zmiany statutu Spółki i nazwy na: Mennica Polska Spółka Akcyjna Tower Spółka komandytowo-akcyjna.

W 2012 roku w strukturze Grupy Kapitałowej Mennicy Polskiej funkcjonował nowy podmiot o nazwie Mennica Polska od 1766 (w 100% zależny od Mennicy Polskiej). Odpowiada on za rozwój rynków numizmatycznych oraz produktów inwestycyjnych oferowanych przez Grupę w kraju i za granicą. Powołanie nowej spółki oraz przeniesienie działalności handlowej i marketingowej do nowej jednostki organizacyjnej umożliwiło Mennicy Polskiej oraz Grupie Kapitałowej Mennicy Polskiej lepszą i efektywniejszą ocenę wyników działalności zarówno handlowej, jak i marketingowej na rynkach mennicznych. Ułatwiło to także promocję znaków towarowych Mennicy Polskiej, które zostały wniesione do nowego podmiotu.

### Mennica Polska S.A.

Mennica – Metale Szlachetne S.A. – 100%

Mennica Invest Sp. z o.o. – 100%

Mennica Ochrona Sp. z o.o. – 100%

Skarbiec Mennicy Polskiej S.A. – 100%

MENNICA Fundusz Inwestycyjny Zamknięty  
Aktywów Niepublicznych – 100%

Mennica Polska Spółka Akcyjna SKA – 50%

Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o. – 100%

Mennica Polska Spółka Akcyjna Tower SKA  
– 100%

Tadeusz Steckiewicz



Grzegorz Zambrzycki



## Management Board of Mennica Polska S.A.

In the period from 1 January to 31 December 2012, the composition of the Management Board was as follows:

### Tadeusz Steckiewicz

President of the Board, Director General (to 17.05.2012)

### Grzegorz Zambrzycki

Board Member (to 17.05.2012)

Trade and Marketing Director Activities in the area of marketing and trading in mint products and precious-metal based investment products (specifically gold). Grzegorz Zambrzycki is also President of the company Mennica Polska od 1766.

- from 17.05. to 27.06.2012 – acting President of the Management Board, Director General
- from 27.06.2012 – President of the Management Board – Director General

### Leszek Kula

Board Member, Operations Director

Production processes, pre-production processes, logistics, procurement, infrastructure, development projects.

### Barbara Sissons

Board Member – Financial Director

Accounting, finance, controlling and IT.

The Management Board of the Mint of Poland is supported by managers who manage the Company's particular operating centres.

## Zarząd Mennicy Polskiej S.A.

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2012 roku Zarząd działał w następującym składzie:

### Tadeusz Steckiewicz

Prezes Zarządu, Dyrektor Naczelny (do 17.05.2012 r.)

### Grzegorz Zambrzycki

Członek Zarządu, Dyrektor ds. Rozwoju i Handlu (do 17.05.2012 r.)

Działania w obszarze marketingu i handlu produktami mennicznymi oraz produktami inwestycyjnymi opartymi na kruszcach (w szczególności złocie). Grzegorz Zambrzycki jest również Prezesem spółki Mennica Polska od 1766.

- od 17.05. do 27.06.2012 r. – p.o. Prezesa Zarządu, Dyrektora Naczelnego,
- od 27.06.2012 r. – Prezes Zarządu, Dyrektor Naczelny

### Leszek Kula

Członek Zarządu, Dyrektor Operacyjny

Procesy produkcyjne, przygotowanie produkcji, logistyka, zaopatrzenie, infrastruktura, inwestycje budowlane.

### Barbara Sissons

Członek Zarządu, Dyrektor ds. Finansowych  
Księgowość, finanse, controlling i informatyka.

Zarząd Mennicy Polskiej wspierają menedżerowie kierujący poszczególnymi centrami działalności firmy.



Leszek Kula



Barbara Sissons





## Core products and services of the Mint of Poland

In 2012 the operations of Mennica Polska S.A. focused on the following markets:

- mint products (coins, medals and other engraved products);
- modern ICT services (urban transport tickets and prepaid parking tickets encoded on an urban transport card, and sales of prepayments for mobile phones).

The Company's operations in respect of mint products were related to the production of:

- circulation coins;
- collector coins;
- Polish orders and decorations;
- distinctions;
- stamps;
- medals;
- tokens;
- other numismatics;
- official seals and hallmarks;
- date stamps;
- investment gold bars.

Since 2001, Mennica Polska S.A. has been actively developing its operations on the electronic payments market. For this purpose the Electronic Payments Function was established within the structure of Mennica Polska S.A., which is responsible for the development, implementation and operation of systems based on urban transport cards. A proprietary "Software House" operates within the structures of the electronic

Payments Function, thus enabling dynamic development of the applications which operate urban systems, implementing new, unique functionalities, and which frees the Mint of Poland from the restrictions of third party applications.

Currently the Mint of Poland is the leader in the implementation, operation and development of urban transport cards in Poland. The Company services over one million cards throughout the country. Public transport tickets and other products, as well as electronic services are mainly encoded on the cards. In its operations, the Mint of Poland focuses on the urban services market, with special emphasize on the widely-understood public transport market. The Company's basic products and services in the area of electronic payments, which were carried out in the period under discussion, are as follows:

- Sales of urban public transport tickets in electronic and paper form, and of other urban services in electronic form (prepaid parking, etc.);
- Sales of GSM mobile phone prepayments;
- Sales and implementation of ICT systems for managing urban transport cards and sales of urban services based on proximity cards, mainly public transport services;

Implementation and management of the sales network of electronic products based on diversified distribution channels: POS terminals, ticket machines, Internet store, mobile payments.



### Good Ducats

brass, diameter 27 mm,  
designer Urszula  
Walerzak

## Podstawowe produkty i usługi Mennicy Polskiej

W 2012 roku działalność gospodarcza Mennicy Polskiej S.A. skoncentrowana była na następujących rynkach:

- produktów mennicznych (monety i wyroby grawersko-medalerskie),
- nowoczesnych usług teleinformatycznych (bilety komunikacji miejskiej oraz przedpłaty parkingowe kodowane na karcie miejskiej, jak również sprzedaż doładowań do telefonów komórkowych).

Działalność Spółki w zakresie produktów mennicznych związana była z produkcją:

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

Mennica Polska S.A. już od roku 2001 aktywnie rozwija również swoją działalność na rynku płatności elektronicznych. W tym celu w strukturze Mennicy Polskiej S.A. powstał Pion Płatności Elektronicznych, który odpowiada za rozwój, wdrożenia i obsługę systemów opartych o karty miejskie.

W strukturze Pionu Płatności Elektronicznych funkcjonuje własny „Software House”, co umożliwi dynamiczny rozwój aplikacji obsługujących systemy miejskie, wdrażanie nowych, unikalnych funkcjonalności oraz uniezależnia Mennicę Polską od ograniczeń obcych aplikacji.

W chwili obecnej Mennica Polska jest liderem w Polsce w zakresie wdrażania, obsługi i rozwijania systemów karty miejskiej. Spółka obsługuje ponad milion kart w całym kraju, na których kodowane są przede wszystkim bilety komunikacji miejskiej oraz inne produkty i usługi elektroniczne. W swoich działaniach Mennica Polska koncentruje się na rynku usług miejskich ze szczególnym ukierunkowaniem na szeroko rozumiany rynek transportu publicznego. Podstawowe produkty i usługi Spółki w obszarze płatności elektronicznych, realizowane w omawianym okresie były następujące:

- Sprzedaż biletów komunikacji miejskiej w formie elektronicznej i papierowej oraz innych usług miejskich w formie elektronicznej (przedpłaty parkingowe, itp.);
- Sprzedaż doładowań komórkowych pre-paid GSM;
- Sprzedaż i wdrożenie systemów teleinformatycznych do zarządzania kartą miejską i sprzedaży usług miejskich opartych o karty zbliżeniowe, głównie biletów komunikacji miejskiej;

Wdrożenie i zarządzanie siecią sprzedaży produktów elektronicznych opartą o zdywersyfikowane kanały dystrybucji: terminale POS, automaty biletowe, sklep WWW, płatności mobilne.



### Dobry Dukat

mosiądz, średnica 27 mm,  
projektant Urszula  
Walerzak

## Sales structure in 2012

In 2012, sales of Mennica Polska S.A. reached nearly PLN 810 million—a drop of over 7% compared with the prior year. The main reason for the drop in sales was the contribution, at the end of 2011, of the Trade and Marketing Department in-kind to the subsidiary which is currently operating under the name Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o.. This subsidiary took over the sales of goods which had previously been conducted by the Mint of Poland S.A.. This event resulted in the inability to compare the data for the current and prior financial year. A material increase in sales

was noted in the electronic payments segment (sales of magnetic tickets encoded on urban cards and other services provided by the Electronic Payments Function). This was the result of the consistent development of the urban card systems, implementing services in new cities and expanding the infrastructure within existing projects.

In the period under discussion sales in the electronic segment had the largest share in the Company's sales revenues – over 65%.



### Sergei Parajanov

face value 100 Dram, alloy Ag 925,  
finish proof, size: 40 x 28 mm,  
designer Urszula Walerzak

**Table Sales of products, goods for resale and services by Mennica Polska S.A.– 2011-2012**

Category	2012		2011		2012 / 2011
	Value [PLN]	Structure [%]	Value [PLN]	Structure [%]	Dynamics [%]
Mint products	264 623 006	32,68	248 351 839	28,51	106,55
Trading in mint products*	0	0,00	180 846 264	20,76	0,00
Electronic payments	528 693 862	65,29	428 192 607	49,15	123,47
Rental of space in the Aurum building	6 488 387	0,80	6 296 841	0,72	103,04
Rental of space in the Nefryt building	2 847 826	0,35	2 241 915	0,26	127,03
Other services	7 062 660	0,87	5 179 215	0,59	136,37
<b>Total sales</b>	<b>809 715 742</b>	<b>100,00</b>	<b>871 108 680</b>	<b>100,00</b>	<b>92,95</b>

\* Działalność przeniesiona aportem do Spółki zależnej Mennica Polska od 1766 r. Sp. z o.o.

## Struktura sprzedaży w 2012 roku

W roku 2012 sprzedaż Mennicy Polskiej S.A. osiągnęła wartość prawie 810 mln PLN, co stanowiło ponad 7% spadek w stosunku do roku poprzedzającego. Głównym powodem utraty sprzedaży było wniesienie pod koniec roku 2011 aportem Oddziału Handlu i Marketingu do spółki zależnej funkcjonującej obecnie pod firmą Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o., która przejęła sprzedaż towarów realizowaną dotychczas w ramach Mennicy Polskiej S.A. Zdarzenie to spowodowało brak porównywalności osiąganych w omawianym okresie wyników z rokiem 2011. Istotny wzrost obrotów na-

stał w segmencie płatności elektronicznych (sprzedaż biletów magnetycznych kodowanych na karcie miejskiej oraz innych usług realizowanych przez Pion Płatności Elektronicznych). Był on rezultatem konsekwentnego rozwoju systemów kart miejskich, wdrażania usług w nowych miastach oraz rozbudowy infrastruktury w ramach istniejących projektów.

Największy udział w strukturze przychodów Spółki w omawianym okresie miała sprzedaż w segmencie płatności elektronicznych – ponad 65%.

**Tabela Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i usług Mennicy Polskiej S.A. – lata 2011-2012**

Kategoria	2012		2011		2012 / 2011
	wartość [PLN]	struktura [%]	wartość [PLN]	struktura [%]	Dynamika [%]
Produkty mennicze	264 623 006	32,68	248 351 839	28,51	106,55
Handel towarami menniczymi*	0	0,00	180 846 264	20,76	0,00
Płatności elektroniczne	528 693 862	65,29	428 192 607	49,15	123,47
Wynajem powierzchni w budynku Aurum	6 488 387	0,80	6 296 841	0,72	103,04
Wynajem powierzchni w budynku Nefryt	2 847 826	0,35	2 241 915	0,26	127,03
Usługi pozostałe	7 062 660	0,87	5 179 215	0,59	136,37
<b>Sprzedaż ogółem</b>	<b>809 715 742</b>	<b>100,00</b>	<b>871 108 680</b>	<b>100,00</b>	<b>92,95</b>

\* Działalność przeniesiona aportem do Spółki zależnej Mennica Polska od 1766 r. Sp. z o.o.



### Siergiej Paradżanow

nominał 100 dram, próba Ag 925, stempel lustrzany, wymiary 40 x 28 mm, projektant Urszula Walerczak



#### 150 lat Muzeum Narodowego w Warszawie

nominał 10 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 32 mm, projektant Ewa Tyc-Karpińska

#### 150 Years of the National Museum in Warsaw

face value 10 PLN, alloy Ag 925, finish proof, diameter 32 mm, designer Ewa Tyc-Karpińska

## Domestic coin and numismatics market

The Mint of Poland, which derives its fame as a manufacturer of coins and numismatics from the Warsaw Mint (Mennica Warszawska), established in 1766 by King Stanisław August Poniatowski, is the sole manufacturer of Polish circulation and collector coins commissioned by the National Bank of Poland.

2012 was another year in which coins were manufactured both to replace worn ones and supplement those in circulation. In 2012 the Polish collector coins market remained very subdued due, among other things, to the changes caused by implementing a new coin distribution system by the issuer in 2010 and a significant increase in the prices of silver and gold.

In accordance with the announcements of NBP, the first draft changes to the operation of the sales system can be expected shortly. They will take into consideration the experiences of users and are aimed at amending weaknesses in the system. However, positive changes in this respect should not be expected before 2014.

The Mint of Poland also offers extensive collections of coins of foreign issuers, with Polish topics, on the Polish market. The Mint of Poland has been cooperating with the central banks of other countries for many years. In cooperation with those banks, it creates coins which—while remaining legal tender in the given countries—are also small works of art, inspired by topics related to Polish history, culture and art or current events of great prestige. Therefore, in 2012 the Mint's offer included the motif of "The Lady with the Ermine" from the new series "Masterpieces of the Renaissance" or "The Amber Room" from the series "Secrets of History", and silver coins commemorating the Euro 2012 stadiums or the 50th anniversary of the radio program "Trójka".

In 2012 the Mint of Poland continued issuing traditional numismatics relating to coins. A replica of the first Polish collector coin dating from 1966, "Mieszko and Dąbrowka", struck in silver and in gold, replicas of the PLN 2 "Elk" and "Roosters" coins from

## Krajowy rynek monet i numizmatów

Mennica Polska, swoją renomę producenta monet i numizmatów wywodząca od Mennicy Warszawskiej, założonej w 1766 r. przez króla Stanisława Augusta Poniatowskiego, jest jedynym producentem polskich monet powszechnego obiegu i kolekcjonerskich wykonywanych na zlecenie Narodowego Banku Polskiego.

Rok 2012, był kolejnym, kiedy produkcja monet obiegowych realizowana była w celach odtworzeniowych i uzupełniających. Krajowy rynek monet kolekcjonerskich pozostał w 2012 roku nadal w fazie znaczącego schłodzenia, między innymi pod wpływem zmian wprowadzonych przez uruchomienie w 2010 roku przez polskiego emitenta nowego systemu dystrybucji monet oraz istotnego wzrostu cen złota i srebra.

Zgodnie z zapowiedziami NBP, już wkrótce można spodziewać się pierwszych projektów zmian w zakresie działania nowego systemu sprzedaży, które będą uwzględniały doświadczenia użytkowników i skorygują jego mankamenty. Jednakże oznak pozytywnych zmian w tym segmencie nie można spodziewać się wcześniej niż w 2014 roku.

Mennica Polska oferuje także na polskim rynku bogate kolekcje monet zagranicznych emitentów uwzględniających polską tematykę. Od lat współpracując z bankami centralnymi innych krajów, tworzy we współpracy z nimi monety, które pozostając legalnym środkiem płatniczym danego kraju, stanowią jednocześnie małe dzieła sztuki inspirowane tematyką związaną z historią, kulturą i sztuką Polski lub aktualnymi wydarzeniami o prestiżowym znaczeniu. Stąd w ofercie Mennicy w 2012 roku obok „Damy z grostajem” z nowej serii „Arcydzieła Renesansu” czy „Bursztynowej Komnaty” z serii „Tajemnice Historii”, znalazły się także srebrne monety poświęcone stadionom piłkarskim 2012 czy 50-leciu Radiowej Trójki.

W 2012 roku Mennica Polska kontynuowała emisję tradycyjnych numizmatów nawiązujących do monet. Ukazała się, wybita zarówno w srebrze jak i złocie, replika pierwszej polskiej monety kolekcjonerskiej z 1966 roku „Mieszko i Dąbrówka”, repliki



### Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy – 20 lat

nominał 10 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany, wymiary 28,70 x 30,00 mm (serce), projektant Urszula Walerzak

### Great Orchestra of Christmas Charity – 20 years

face value 10 PLN, alloy Ag 925, finish proof, size 28.70 x 30.00 mm (heart), designer Urszula Walerzak



**Polska Reprezentacja Olimpijska – Londyn 2012**

nominał 200 zł, próba Au 900, stempel lustrzany, średnica 27 mm, projektant Andrzej Nowakowski

**National Olympic Team – London 2012**

face value 200 PLN, alloy Au 900, finish proof, diameter 27 mm, designer Andrzej Nowakowski

the series “Unrealized coin designs” or a replica of one of the rarest, most expensive and most beautiful coins in the history of Polish minting “The Morikofer Thaler”.

Advanced techniques enable the Mint of Poland to create unique numismatic series, which are excellent presents as they are a good expression of emotions. Currently Poles are more inclined to buy durable and valuable presents. In terms of the possibilities of using the potential of coins and numismatics as durable and valuable presents, the Treasury of the Mint of Poland plays a key role in the presentation and sale of the extensive offer of such presents.

The Mint's efforts to develop markets of minted products, complementing the coins market, and to offset the falling revenues from sales of NBP collector coins met with restrictions resulting from the consistency and mutual transpenetration of the markets. The evident crisis on the collector coins market also caused a relative drop in interest in complementary products on the traditional customer market.

The conditions on the market have forced the Company to intensify its search for new customer groups outside the collectors' market and to attempt to reach customers from the presents segment. Continuing these actions, in July 2012 the Mint of Poland opened a shop in the mall Arkadia, and in September 2012 in the Stary Browar in Poznań.

To diversify the distribution channels, sales-oriented action was taken (apart from investment gold) in respect of collector coins and numismatics via cooperative banks.

The abundance of coins and numismatics designed and manufactured by minters from the Mint of Poland is currently available to customers via a diverse sales network: in MP shops in Kraków, Poznań and Warsaw, and on-line in the Treasury of the Mint of Poland ([www.skarbiecmennicy.pl](http://www.skarbiecmennicy.pl)).



monet 2 zł „Łoś” i „Kogutki” z serii „Niezrealizowane projekty monet” czy replika jednej z najrzadszych, najdroższych i najpiękniejszych monet w historii mennictwa polskiego „Talara Morikofera”.

Zaawansowanie technologiczne pozwala także Mennicy Polskiej kreować unikalne serie numizmatów jako doskonałych prezentów, które umiejętnie wyrażają emocje. Polacy coraz częściej sięgają po trwałe i wartościowe podarunki. W zakresie możliwości wykorzystania potencjału monet i numizmatów jako trwałych i wartościowych prezentów, Skarbiec Mennicy Polskiej odgrywa dominującą rolę w prezentacji i sprzedaży bogatej oferty tego typu.

Starania Mennicy prowadzące do rozwoju komplementarnych wobec monet rynków produktów mennicznych i kompensacji zmniejszających się przychodów ze sprzedaży monet kolekcjonerskich NBP napotkały ograniczenia wynikające z pewnej spójności i przenikania się rynków. Wyraźny kryzys na rynku monet kolekcjonerskich spowodował również relatywne zmniejszenie zainteresowania produktami komplementarnymi na rynku tradycyjnych odbiorców.

Sytuacja rynkowa wymusiła konieczność intensyfikacji poszukiwania nowych grup odbiorców spoza rynku kolekcjonerskiego i prób dotarcia do odbiorców z segmentu prezentów. W ramach kontynuacji tych działań, w lipcu 2012 roku otwarto sklep Mennicy Polskiej w warszawskim Centrum Handlowym Arkadia, we wrześniu 2012 – w poznańskim Starym Browarze.

W ramach dywersyfikacji kanałów dystrybucji podjęto działania zorientowane na sprzedaż (obok złota inwestycyjnego) monet kolekcjonerskich i numizmatów za pośrednictwem banków spółdzielczych.

Bogactwo monet i numizmatów projektowanych i wykonywanych przez mincerzy Mennicy Polskiej jest obecnie dostępne dla klientów w zróżnicowanej sieci sprzedaży: w salonach MP w Krakowie, Poznaniu i Warszawie oraz w salonie i on-line w Skarbcu Mennicy Polskiej ([www.skarbiecmennicy.pl](http://www.skarbiecmennicy.pl)).



#### **Polska Reprezentacja Olimpijska – Londyn 2012**

nominał 10 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 32 mm, projektant Andrzej Nowakowski

#### **National Olympic Team – London 2012**

face value 10 PLN, alloy Ag 925, finish proof, diameter 32 mm, designer Andrzej Nowakowski

## National market for other mint products

The Mint of Poland is also the traditional leader on the market of State distinctions, awards, stamps, medals, official seals, hallmarks and date stamps. These constitute the Mint's traditional products and their sale has a large share in the Polish market. Invariably, the multi-year experience, quality of products and loyalty of the Company's customers, who recognize it as a reliable supplier, has a major impact on the Mint of Poland's strong position in this respect.

Also corporate projects constantly have been gaining in importance. Among the most significant projects we find: numismatic collections for publishing office Edipresse (Golden Collection of images of Marian, numizmat with the image of John Paul II with capsule containing soil from the Holy Land), and cooperation within the Pay Back programme.

Consistent, long term building of the Mint of Poland S.A.'s position on non-numismatic and non-collector markets enables reduced sales on the basic coin market, in times of crisis, to be offset with sales of complementary products.

The Mint's position has been consolidated over the years on B2B markets and in cooperation with local authorities. In periods of downturns on the numismatic markets, revenues from this activity exceed 50% of sales achieved by the domestic trading department.

**Polskie Królowe – Jadwiga Andegaweńska**  
próba Au 900, stempel lustrzany, średnica 27 mm  
**Queens of Poland – Jadwiga Andegaweńska**  
alloy Au 900, finish proof, diameter 27 mm





## Krajowy rynek pozostałych produktów menniczych

Mennica Polska to tradycyjnie także lider na rynku odznaczeń państwowych, odznak, znaczków, medali, pieczęci urzędowych, znaczników probierczych i datowników. Są to tradycyjne wyroby Mennicy i ich sprzedaż nadal ma znaczny udział w całym rynku krajowym. Na mocną pozycję Mennicy Polskiej w tym zakresie niezmiennie wpływa głównie wieloletnie doświadczenie w tej dziedzinie, jakość wyrobów oraz przywiązanie klientów do Spółki jako solidnego dostawcy.

Na znaczeniu wciąż zyskują także projekty korporacyjne. Wśród najważniejszych tego typu przedsięwzięć biznesowych były m.in. kolekcje numizmatów dla wydawnictwa Edipresse (Złota Kolekcja Wizerunków Maryjnych, numizmat z wizerunkiem Jana Pawła II zawierający kapsułkę z ziemią z Ziemi Świętej) czy współpraca w ramach katalogu programu Pay Back.

Konsekwentna, wieloletnia budowa pozycji Mennicy Polskiej S.A. na rynkach pozanumizmatycznych i pozakolekcyjnych pozwala w sytuacji kryzysu na rynkach podstawowym kompensować obniżone przychody ze sprzedaży monet sprzedażą produktów komplementarnych. Mennica od lat ma ugruntowaną pozycję na rynkach B2B oraz we współpracy z samorządami. W okresie osłabienia wyników na rynkach numizmatycznych przychody z tej działalności przekraczają 50% sprzedaży uzyskiwanej przez dział handlu krajowego.



### Talar Mörikofera – replika

próba Ag 925 oksydowany, stempel zwykły, średnica 40 mm

### Talar of Mörikofer – reproduced coin

alloy Ag 925 oxidized, finish standard, diameter 40 mm



#### **Merentibus**

nominał 25 dolarów, próba Au 999,9, średnica 27 mm

#### **Merentibus**

face value 25 Dollars, alloy Au 999.9, diameter 27 mm

## Domestic investment gold market

The Mint of Poland S.A. is the leader on the investment gold market and sole manufacturer of gold bars in Poland.

In 2012, the Mint of Poland's status in this respect was confirmed and the year proved a real 'gold boom' year. Prices of gold grew systematically enticing new investors to reach for this form of safely investing part of their capital. At the same time, the Mint of Poland to a large extent saturated increased customer interest in investing in gold and systematically improved the standard of customer services – emphasizing fairness and security of the transactions.

In 2012, the Group sold, both retail and wholesale, about 10 tonnes of gold in a form covering the whole range of its products, including bars, coins and other mint and industrial products. It also took action to consolidate its position as the largest gold distributor and the only manufacturer of gold in Poland.

In 2012 Poles purchased over a tonne of investment gold bars from the Mint of Poland, which is as much as in the whole of 2011. During the year the Mint of Poland noted a relatively large number of transactions with a value exceeding PLN 5 million, concluded by individuals. If retail sales of gold coins and numismatics are added to this, then total sales of investment gold exceeded two tonnes. This result puts the Mint of Poland in first position in sales on this market in Poland.

Currently, the Mint of Poland has proprietary shops which offer – among other things – investment gold in Warsaw, Poznań and Kraków. In 2013, the Group plans to open further shops. At the same time, the Company is strengthening cooperation with the banking sector – gold bearing the logo of the Mint of Poland can already be purchased in the largest points of sale of Poland's leading bank – PKO BP – as well as in some cooperative banks, and over the Internet; not only in Mennica Polska SA, but also BZ WBK and BOŚ. There is also a great deal of interest in the closed-ended (subscription) programs which are conducted jointly with financial institutions for selected customer groups. Such programs show the transparency of transactions and ability of free disposal (sale on the secondary market) of gold deposited in the treasuries of the Mint.

## Krajowy rynek złota inwestycyjnego

**M**ennica Polska S.A. jest liderem na rynku złota inwestycyjnego i jedynym producentem sztabek tego metalu w Polsce.

Rok 2012 potwierdził ten status Mennicy Polskiej i był rokiem prawdziwego boomu na złoto. Ceny żółtego kruszcu systematycznie rosły i kusily coraz to nowych inwestorów po sięgnięciu po tę formę bezpiecznego lokowania części kapitału. Jednocześnie Mennica Polska w znacznej mierze nasyciła zwiększone zainteresowanie klientów inwestycjami w złoto i systematycznie podwyższała standard usług dla klientów – akcentując rzetelność i bezpieczeństwo transakcji.

W 2012 r. Grupa sprzedała w detalu i w hurcie około 10 ton złota w postaci całej gamy swoich produktów, w tym sztabek, monet oraz innych wyrobów mennicznych i przemysłowych i podejmowała działania dla umocnienia pozycji największego dystrybutora złota w kraju i jedyne go przemysłowego producenta złota w Polsce.

W tym roku Polacy kupili w Mennicy Polskiej przeszło tonę złota inwestycyjnego w sztabkach. Mennica Polska zanotowała w upływającym roku stosunkowo dużo transakcji o wartości ponad 5 mln zł, których stroną były osoby fizyczne. Gdy dodać do tego sprzedaż detaliczną monet i wyrobów numizmatycznych ze złota, łączna sprzedaż złota inwestycyjnego przekroczyła dwie tony. To wynik, który lokuje Mennicę Polskę na szczycie sprzedaży na tym rynku w Polsce.

Mennica Polska posiada obecnie własne salony oferujące m.in. złoto inwestycyjne w Warszawie, Poznaniu oraz Krakowie. W 2013 roku Grupa planuje uruchomienie kolejnych. Równolegle spółka zacieśnia współpracę z sektorem bankowym – złoto z logo Mennicy Polskiej można już kupić w największych placówkach największego w Polsce banku – PKO BP oraz niektórych bankach spółdzielczych, a przez internet nie tylko w Mennicy Polskiej SA, ale i w BZ WBK oraz BOŚ. Bardzo dużym zainteresowaniem cieszą się też programy zamknięte (subskrypcje), przeprowadzane wspólnie z instytucjami finansowymi dla wyselekcjonowanych grup ich klientów. Programy takie dają przejrzystość transakcji oraz możliwość dowolnego dysponowania (wtórnej odsprzedaży) złota deponowanego w skarbcach Mennicy.



### Sztabka

masa 2g, próba Au 999,9

### Gold bar

weight 2g, alloy Au 999.9





#### Kalendarz Chiński – Tygrys

stop tombak patynowany, średnica 70 mm,  
projektant Piotr Gorol

#### Chinese calendar – Tiger

alloy tombac patinated, diameter 70 mm,  
designer Piotr Gorol

## Foreign market for coins

As a traditional Polish brand, the Mint of Poland has been consolidating its position on many foreign markets for years and is constantly increasing its share of revenues in these transactions. As a Company which has been skillfully joining minting skills with the use of modern technologies, we confidently compete on foreign markets with the mints of other countries worldwide.

On foreign markets, the Mint of Poland mainly engages in:

- manufacture of collector coins directly at the request of foreign issuers and customers – here Belarus is the key counterparty and Lebanon is very promising;
- manufacture and distribution of collector coins issued by foreign issuers for the purpose of international collection programs (“royalty” programs) – in 2012 we cooperated with such partners as the National Bank of the Republic of Belarus, the Central Bank of Armenia, Andorra, Malawi and Niue Island;
- manufacture and distribution of collector coins issued by foreign issuers, mainly for the domestic market;
- sales of coins issued by the National Bank of Poland;
- sales of collector coins of other issuers, in re-export transactions;
- sales of investment coins of acknowledged manufacturers.

The coins manufactured under the “royalty” program are then distributed on European, American and Asian markets in cooperation with the official distributors of Mennica Polska S.A. The key customers remain our partners from Russia (mainly Sberbank) and Germany, Ukraine and the USA.

“Royalty” programs allow the Company to introduce various topics tailored to its partners-distributors and enable the wide use of technological innovations and original project solutions.

In the period under discussion, the Mint of Poland manufactured attractive (and original in form) sets of coins: Carskie Siolo (TSarskoe Selo), Cuda Chrystusa (Christ’s Miracles),

## Zagraniczny rynek monet

Mennica Polska jako tradycyjna polska marka, od lat umacnia też swoją pozycję na wielu rynkach zagranicznych i stale powiększa udział swoich przychodów z tego tytułu. Jako firma od lat umiejętnie łącząca tradycyjny kunszt mincerski ze stosowaniem nowoczesnych technologii, śmiało i z powodzeniem konkuruje na rynkach zagranicznych z mennicami z całego świata.

Mennica Polska w obszarze rynków zagranicznych realizuje głównie:

- produkcję monet kolekcjonerskich bezpośrednio na zamówienie zagranicznych emitentów i klientów – tu największym kontrahentem pozostaje Białoruś a coraz bardziej perspektywnym Liban.
- produkcję i dystrybucję monet kolekcjonerskich emitowanych przez zagranicznych emitentów na potrzeby międzynarodowych programów kolekcjonerskich (programy „royalty”) – w 2012 roku współpraca obejmowała takich partnerów jak Narodowy Bank Republiki Białoruś, Centralny Bank Armenii, Andorę, Malawi oraz Niue Island.
- produkcji i dystrybucji monet kolekcjonerskich emitowanych przez zagranicznych emitentów z przeznaczeniem głównie na rynek krajowy,
- sprzedaż monet emitowanych przez Narodowy Bank Polski,
- sprzedaż monet kolekcjonerskich innych emitentów w reeksporcie,
- sprzedaż monet inwestycyjnych uznanych producentów.

Monety produkowane w ramach programów „royalty” są następnie rozprowadzane przez Mennicę Polską jako wyłącznego dystrybutora na rynkach europejskich, amerykańskich i azjatyckich we współpracy z oficjalnymi dystrybutorami Mennicy Polskiej S.A. Do największych odbiorców w dalszym ciągu należą partnerzy z Rosji (głównie Sberbank) oraz Niemiec, Ukrainy i Stanów Zjednoczonych.

Programy „royalty” umożliwiają Spółce wprowadzanie różnorodnej tematyki dostosowanej do potrzeb jej partnerów-dystrybutorów oraz pozwalają na szerokie stosowanie innowacji technicznych i oryginalnych rozwiązań projektowych.



### Rok Węża

nominał 20 rubli, próba Ag 925 zlocenie selektywne, stempel lustrzany, średnica 38,61 mm

### The year of Snake

face value 20 Rubles, alloy Ag 925 with selective gilding, finish proof, diameter 38.61 mm





Wąż (Serpent), selectively gilded, System solarny (the Solar System), Krym (Crimea) in the form of the Crimean Peninsula, Christmas coins Dzwoneczek (Bell), and a half-kilogram gold coin “Carska Dobroczynność” (Tsar’s Charity).

For years, thanks to good cooperation, the Mint of Poland maintains a constant circle of foreign customers for coins issued by the National Bank of Poland. These customers comprise distributors from the Russian, German, Ukrainian and American markets.

## Foreign market for other mint products

The Mint of Poland offers products both to wholesale and retail customers on the global mint product markets. Partners who constantly cooperate with the Company include counterparties from Europe, North America, Asia and Australia.

On the very competitive foreign market, the Mint of Poland has extensive experience in manufacturing, specifically medals and tokens. The Mint of Poland manufactured medals for a commercial partner from China, medals in the series “Kalendarz Chiński” (Chinese Calendar) and medals “Dla Szczęścia” (For Luck). These products are becoming more and more popular on the Chinese market.

### Krym

nominał 1 dolar, próba Ag 925, stempel lustrzany,  
wymiary 32,88 x 49,90 x 9,15 mm

### Crimea

face value 1 Dollar, alloy Ag 925, finish proof, size  
32.88 x 49.90 x 9.15 mm

W omawianym okresie Mennica Polska wyprodukowała atrakcyjne i nietypowe w formie: zestawy monet „Carskie Siolo”, „Cuda Chrystusa”, „System solarny”, monetę „Rok Węża” (z selektywnym złoceniem), „Krym” w kształcie Półwyspu krymskiego, „Świąteczny Dzwoneczek”, półkilogramową złotą monetę „Carska Dobroczynność”.

Od lat dzięki rzetelnej współpracy Mennica Polska utrzymuje stałe grono zagranicznych odbiorców monet emitowanych przez Narodowy Bank Polski. Są nimi dystrybutorzy z rynku rosyjskiego, niemieckiego, ukraińskiego oraz amerykańskiego.

## Zagraniczny rynek pozostałych produktów menniczych

Na światowych rynkach produktów menniczych Mennica Polska oferuje produkty zarówno dla odbiorców hurtowych, jak i indywidualnych. W gronie stabilnie współpracujących ze Spółką partnerów kontrahenci w Europie, Ameryce Północnej oraz Azji i Australii.

Na silnie konkurencyjnym rynku zagranicznym, Mennica Polska posiada duże doświadczenie w produkcji w szczególności medali i żetonów. Mennica Polska wyprodukowała dla partnera handlowego z Chin, medale z serii „Kalendarz Chiński” i medale „Dla Szczęścia”. Produkty te, cieszą się bardzo dużą i rosnącą popularnością na rynku chińskim.

### Carska dobroczynność

nominał 3000 dolarów, próba Au 999,9, stempel lustrzany, tampondruk, wymiary 90,00 x 67,35 mm (elipsa)

### The Russian Royal Charity

face value 3000 Dollars, alloy Au 999.9, finish proof, pad printing, size 90.00 x 67.35 mm (ellipse)





## Domestic market for services related to electronic payments

The Mint of Poland is a brand inherently connected with the production of coins. These timeless legal tenders coexist with modern forms of electronic payment. The Mint of Poland has been present in this segment of services for many years, successfully increasing the scale and scope of its projects and services related mainly to the use of proximity cards as a carrier of services and urban products.

Distribution of the services encoded on proximity cards and pre-paid loading of GSM mobile phones are the services provided by the Electronic Payments Function of Mennica Polska S.A.

In 2012 the Mint of Poland continued developing the sales network and introduced new products – railway tickets. The sales network was based on using modern distribution channels, including customer service, self-service machines and e-commerce (Internet shops and mobile payments).

The expansion of the serviced distribution channel mainly consisted of cooperating with a dispersed retail and network market (Ruch, Kolporter, Poczta Polska, WSS Spółem, other local networks and individual points of sale), as well as the wholesale market. Sales points which cooperate with the Mint of Poland are equipped with terminals which enable encoding all the products offered. In the period under discussion, the following products could be purchased through the network of the Mint's terminals: public transport tickets (Warsaw, Jaworzno, Suwałki, Lublin, Wrocław, Bydgoszcz, Łódź, Gdańsk), pre-paid loading of GSM and VoIP mobile phones, and prepaid parking encoded on urban transport cards (Warsaw, Wrocław).

In the period under discussion, the Company continued to develop self-service machines in Warsaw. The machine network was increased by 100 modern ticket machines. The machines sell not only urban public transport tickets, but also PKP Intercity and Warszawska Kolej Dojazdowa railway tickets.

In 2012 the following projects were key for the Mint of Poland in the electronic payments segment:

- Warsaw City Card – the project was commissioned by the Warsaw Public Transport Authority (ZTM). The Mint of Poland is the largest operator in the area of public transport ticket distribution



- elektroniczna karta miejska
- bilety internetowe
- bilet telefoniczny
- automaty biletowe w pojazdach komunikacji miejskiej
- stacjonarne automaty biletowe
- punkty sprzedaży z terminalami do biletów elektronicznych
- obsługa płatnego parkowania
- komputery pokładowe w pojazdach komunikacji miejskiej
- elektroniczna kontrola biletów
- centralny system komputerowy obsługujący karty miejskie
- punkty sprzedaży z drukarkami biletów z kodem 2D
- bilety PKP Intercity

## Krajowy rynek usług związanych z płatnościami elektronicznymi

Mennica Polska to marka, która nieodłącznie kojarzona jest z produkcją monet. Te ponadczasowe środki płatnicze obecnie współistnieją z nowoczesnymi, elektronicznymi formami płatności. Mennica Polska w tym segmencie usług obecna jest już od wielu lat z powodzeniem zwiększając skalę i zakres swoich projektów oraz usług związanych w szczególności z wykorzystywaniem kart zbliżeniowych jako nośnika usług jak również produktów miejskich.

Dystrybucja w zakresie sprzedaży usług kodowanych na kartach zbliżeniowych oraz doładowań pre-paid telefonii komórkowej GSM jest realizowana przez Pion Płatności Elektronicznych Mennicy Polskiej S.A.

W 2012r. Mennica Polska kontynuowała rozwój sieci sprzedaży oraz wprowadziła nowe produkty – bilety kolejowe. Sieć sprzedaży oparta była na wykorzystaniu nowoczesnych kanałów dystrybucji, w tym obsługowego, automatów samoobsługowych oraz e-commerce (sklepy internetowe i płatności mobilne).

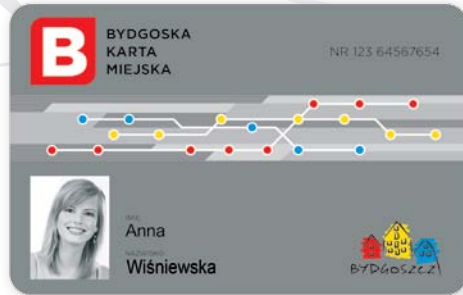
Rozbudowa obsługowego kanału dystrybucji w głównej mierze polegała na współpracy z rozdrobnionym rynkiem detalicznym i sieciowym (Ruch, Kolporter, Poczta Polska, WSS Spółem, inne sieci lokalne oraz indywidualne punkty sprzedaży), jak również rynkiem hurtowym. Placówki sprzedaży współpracujące z Mennicą Polską wyposażone są w terminale pozwalające na kodowanie wszystkich oferowanych produktów. W omawianym okresie poprzez sieć terminali należących do Mennicy oferowane były na rynku takie produkty jak: bilety komunikacji miejskiej (Warszawa, Jaworzno, Suwałki, Lublin, Wrocław, Bydgoszcz, Łódź, Gdańsk), doładowania pre-paid telefonii komórkowej GSM i VoIP oraz przedpłaty parkingowe kodowane na kartach miejskich (Warszawa, Wrocław).

W 2012 r. kontynuowano rozwój sieci automatów samoobsługowych w Warszawie. Sieć ta została powiększona o 100 nowoczesnych automatów biletowych. W automatach, obok biletów komunikacji miejskiej, wprowadzono do sprzedaży bilety kolejowe PKP Intercity oraz Warszawskiej Kolei Dojazdowej.

W 2012 roku wiodącymi projektami Mennicy Polskiej w segmencie płatności elektronicznych były:

- Warszawska Karta Miejska – projekt realizowany na zlecenie Zarządu Transportu Miejskiego w Warszawie. Mennica Polska jest największym operatorem w Warszawie w zakresie dystrybucji biletów



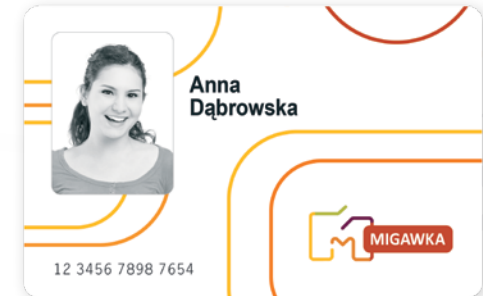
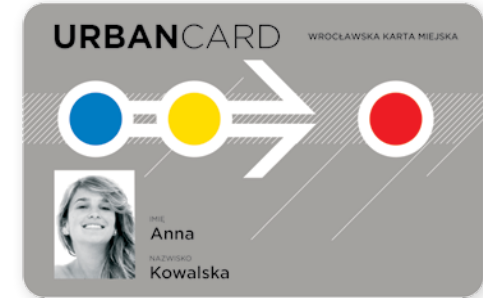


and pre-paid parking meter loading in Warsaw, via various distribution channels. In 2012, apart from expanding the sales network, the focus was on optimizing distribution channels; several promotional actions were carried out aimed at increasing the profitability of the project.

- **URBANCARD Wrocław City Card** – the project was realized in cooperation with the Wrocław Commune where the Mint manages a full product portfolio (short- and long-term urban transport tickets, single trip tickets and additional railway payments) and the sales network. In the period under discussion the main emphasis was placed on actions to reinforce sales of urban transport tickets and increase customer satisfaction by creating a second Customer Service Office.
- **Lublin City Card** – the project was carried out jointly with the Lublin Public Transport Authority, in Lublin, where the Mint of Poland engages in sales of public transport tickets through its proprietary sales network. In the period under analysis a new ticket distribution channel was launched – an Internet shop – and the product portfolio was expanded by the option of buying one trip tickets from terminals at sales points.
- **Bydgoszcz City Card** – In 2012 we continued developing the Bydgoszcz City Card system and sales area optimization activities. As a result, the system's operating expenses dropped and sales increased.
- **Łódź City Card "Migawka"** - Under the agreement with Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne Sp. z o.o., a system operating electronic commuter passes was implemented and a Mint of Poland S.A.'s sales network was set up which bases on terminals in sales points. Currently the product portfolio covers electronic commuter passes and single trip paper tickets.
- **Other urban projects:** Jaworzno City Card, Suwałki City Card, Gdańsk City Card – in the period under discussion re-spective projects were in progress in Jaworzno, Suwałki and Gdańsk. These projects are mature and actions concentrated on maximizing sales of urban transport tickets through the existing sales network.
- **Railway projects** – in 2012 the Mint of Poland began on operating projects with railway transport companies: PKP Intercity S.A. and Warszawska Kolej Dojazdowa Sp. z o.o. These projects consist of agency sales of tickets of the above-mentioned railway companies through a network of Mint of Poland proprietary ticket machines.

komunikacji miejskiej oraz doładowań przedpłat parkingowych, poprzez różnorodne kanały dystrybucji. W 2012r. poza rozwojem sieci sprzedaży, skoncentrowano się na optymalizacji kanałów dystrybucji oraz przeprowadzono szereg działań promocyjnych mających na celu zwiększenie rentowności projektu.

- **URBANCARD** Wroclawska Karta Miejska – projekt realizowany we współpracy z Gminą Wrocław, w którym Mennica zarządza pełnym portfolio produktowym (bilety krótko i długookresowe komunikacji miejskiej, jednorazowe oraz dopłaty kolejowe) oraz siecią sprzedaży. W omawianym okresie główny nacisk został położony na działania wzmacniające sprzedaż biletów komunikacji miejskiej oraz zwiększenie satysfakcji klientów poprzez stworzenie drugiego Biura Obsługi Klienta.
- **Lubelska Karta Miejska** – projekt realizowany we współpracy z Zarządem Transportu Miejskiego w Lublinie, w którym Mennica Polska prowadzi sprzedaż biletów komunikacji miejskiej poprzez własną sieć sprzedaży. W analizowanym okresie uruchomiono nowy kanał dystrybucji biletów – sklep WWW jak również poszerzono portfolio produktowe o możliwość zakupu biletów jednorazowych z terminali w punktach sprzedaży.
- **Bydgoska Karta Miejska** – W 2012 roku kontynuowano rozwój systemu Bydgoskiej Karty Miejskiej oraz podjęto działania optymalizujące zasięg sieci sprzedaży czego skutkiem było obniżenie kosztów jej działania przy równoczesnym wzroście sprzedaży.
- **Łódzka Karta Miejska „Migawka”** – W ramach umowy z Miejskim Przedsiębiorstwem Komunikacyjnym Sp. z o.o. w wdrożono system obsługujący elektroniczne bilety okresowe oraz utworzono sieć sprzedaży Mennicy Polskiej S.A. bazującą na terminalach w punktach sprzedaży. Obecnie portfolio produktów obejmuje elektroniczne bilety okresowe oraz jednorazowe bilety papierowe.
- **Pozostałe projekty miejskie:** Jaworznicka Karta Miejska, Suwalska Karta Miejska, Gdańska Karta Miejska – w omawianym okresie kontynuowano realizację projektów w Jaworznie, Suwałkach i Gdańsku. Są to dojrzałe projekty, w których działania koncentrowały się na maksymalizacji sprzedaży biletów komunikacji miejskiej poprzez istniejącą sieć sprzedaży.
- **Projekty kolejowe** – w 2012r. Mennica Polska rozpoczęła realizację projektów operatorskich z przewoźnikami kolejowymi: PKP Intercity S.A. oraz Warszawską Kolej Dojazdową Sp. z o.o. Projekty te polegają na agencyjnej sprzedaży biletów ww. przewoźników kolejowych poprzez sieć automatów biletowych Mennicy Polskiej.





## Geographical analysis of sales

### Sales of Mennica Polska S.A. broken-down by domestic and foreign customers – 2011–2012

Category	2012		2011		2012 / 2011
	Value [PLN]	Structure [%]	Value [PLN]	Structure [%]	Dynamics [%]
I. Domestic sales	775 175 847	95,73	803 705 362	92,26	96,45
II. Export sales	34 539 895	4,27	67 403 318	7,74	51,24
<b>Total sales</b>	<b>809 715 742</b>	<b>100,00</b>	<b>871 108 680</b>	<b>100,00</b>	<b>92,95</b>



For many years the National Bank of Poland has been the Mint of Poland's key business partner. The value of orders placed by the National Bank of Poland in 2012 amounted to nearly PLN 90 million. A table showing other key customers of the Mint of Poland is presented in the Directors' Report for 2012 which the Company submitted to the Exchange (available at the Internet address [www.mennica.com.pl](http://www.mennica.com.pl)).

#### Zakochani – zestaw dwóch monet,

nominat 1 dolar, próba Ag 999, stempel lustrzany, wymiary 50,00 x 27,30 mm

#### In Love – coin set

face value 1 Dolar, alloy Ag 999, finish proof, size 50,00 x 27,30 mm



## Geograficzna struktura sprzedaży

Przychody Mennicy Polskiej S.A. w podziale na odbiorców krajowych i zagranicznych – 2011–2012

Kategoria	2012		2011		2012 / 2011
	wartość [PLN]	struktura [%]	wartość [PLN]	struktura [%]	Dynamika [%]
I. Sprzedaż Krajowa	775 175 847	95,73	803 705 362	92,26	96,45
II. Sprzedaż Eksportowa	34 539 895	4,27	67 403 318	7,74	51,24
<b>Sprzedaż ogółem</b>	<b>809 715 742</b>	<b>100,00</b>	<b>871 108 680</b>	<b>100,00</b>	<b>92,95</b>

Kluczowym kontrahentem Mennicy Polskiej od lat pozostaje Narodowy Bank Polski. Wartość zamówień z Narodowego Banku Polskiego na rok 2012 wyniosła blisko 90 mln zł. Tabela przedstawiająca innych ważnych klientów Mennicy Polskiej została zawarta w sprawozdaniu Zarządu za 2012 rok, który Spółka skierowała na giełdę (dostępny na [www.mennica.com.pl](http://www.mennica.com.pl)).

### Monety na szczęście – Słonik

nominał 2 dolary, próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 41 mm

### Lucky Coins – Elephant

face value 2 Dollars, alloy Ag 925, finish proof, diameter 41 mm





### Kocham Polskę

próba Ag 925, stempel lustrzany, wymiary  
32,00 x 22,40 mm

### I love Poland

alloy Ag 925, finish proof, size 32.00 x 22.40 mm

## Development prospects of the Company

The Company has the following strengths which may affect its further development:

- a) more than 200 year-old tradition in coin production which ensures technical and production experience in unique minting technologies;
- b) reputation of the Mint of Poland S.A. as a reliable supplier of high quality products and a sound customer with a strong financial position;
- c) experienced and committed staff with high professional qualifications;
- d) a high quality of technical equipment in the minting department, comparable to the best European mints, and extensive technological know-how;
- e) development of new products in the area of electronic payments;
- f) diversification of products and services relating to the Urban Card project and other high-tech projects;
- g) a management system operating since 1999 and certified by TÜV Thüringen. The certification body has confirmed that the Mint of Poland S.A. implemented and is using an integrated management system in the areas of the mint product manufacturing and research and development, as well as electronic payment systems and related services. The integrated management system comprises:
  - quality management in accordance with the PN-EN ISO 9001 : 2001 standard;
  - environmental management in accordance with the PN-EN ISO 14001 : 2005 standard;
  - health and safety management in accordance with the OHSAS/PN-N-18001 : 2004 standard.

A weakness of the Mint of Poland is the narrow circle of customers on key markets and the low share of exports in sales. The Company's management undertakes activities aimed at increasing the customer base both in Poland and abroad.

## Perspektywy rozwoju działalności Spółki

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 mennicznej, porównywalny z najlepszymi mennicami europejskimi oraz wysokie umiejętności technologiczne Spółki,
- e) rozwój nowych produktów w dziedzinie elektronicznych płatności,
- f) dywersyfikacja produktów i usług związanych z projektem „Karta Miejska” oraz innych projektów związanych z nowymi technologiami,
- g) posiadanie od 1999 roku systemu zarządzania certyfikowanego przez jednostkę certyfikacyjną TÜV Thüringen. Jednostka certyfikująca potwierdziła, że Mennica Polska S.A. wprowadziła i stosuje zintegrowany system zarządzania w zakresie produkcji i rozwoju wyrobów mennicznych oraz elektronicznych systemów płatniczych, jak i usług z nimi związanych. Zintegrowany system zarządzania obejmuje:
  - zarządzanie jakością wg PN-EN ISO 9001: 2001,
  - zarządzanie środowiskowe wg PN-EN ISO 14001: 2005,
  - zarządzanie BHP wg OHSAS/PN-N-18001: 2004.

Do słabych stron Mennicy Polskiej można zaliczyć wąski krąg odbiorców na kluczowych rynkach zbytu oraz mały udział eksportu w sprzedaży. Menedżerowie Spółki prowadzą działania ukierunkowane na powiększenie grona klientów z Polski oraz zagranicy.



### Młode zwierzęta – niedźwiedź brunatny

próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 32 mm

### Young Animals – brown bear

alloy Ag 925, finish proof, diameter 32 mm



#### **You & Me – You**

nominał 1 dolar, próba Ag 925, stempel lustrzany, tampondruk, kryształki Swarovskiego, wymiary 37,08 x 29,91 mm, projektant Beata Aleksandrowicz

#### **You & Me – You**

face value 1 Dollar, alloy Ag 925, finish proof, pad printing, Swarovski crystals, size 37.08 x 29.91 mm, designer Beata Aleksandrowicz

## Strategic development objectives of the Mint of Poland S.A.

1. focusing the operations of the Mint of Poland S.A. on its core business, i.e. coin production, including:
  - maintaining the Company's position in the domestic market for circulation and collector coins;
  - increasing the production and sales of circulation and collector coins in the selected foreign markets;
2. continuing development activities in the area of electronic payments.

To achieve these objectives, the Company will need to:

1. maintain and develop its technical, organizational and HR potential;
2. maintain its competitive advantage in key product categories;
3. counteract environmental risks posed by the Company by mitigating the negative impact of the production processes on the environment.

As part of the implementation of the Company's strategy, the following initiatives are planned in specific areas of the Company's operations:

#### **In the area of markets:**

In the markets area, the main strategic tasks include maintaining a strong, dominant market position in the strategic product categories, consistently expanding the Company's share in the market for services based on state-of-the-art infocommunication technologies and continuing to build the strong position of the Mint of Poland brand as a reliable supplier of high-quality products. With regard to specific product categories, the following activities are planned:

1. intensifying the Company's acquisition activities in the potential export markets for circulation and collector coins, i.e. countries which do not have their own mints or do not have access to modern coin production technologies;
2. promoting coin collection traditions in Poland to increase orders for collector coins;
3. further strengthening and improving cooperation with the Company's key trade partners in Poland and abroad;
4. in the electronic payment segment, maximizing the economies of scale and diversifying products and services in relation to both distribution channels and the urban card as an application carrier.

## 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.

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 rozszerzenia tradycji numizmatycznych w Polsce, których efektem byłby wzrost zamówień na monety kolekcjonerskie,
3. umacnianie i dalszą poprawę współpracy z kluczowymi partnerami handlowymi Spółki w kraju i za granicą,
4. w segmencie płatności elektronicznych maksymalizacja efektu skali oraz dywersyfikacja produktów i usług w odniesieniu zarówno do kanałów dystrybucji, jak i karty miejskiej jako nośnika aplikacji.



### You & Me – Me

nominał 1 dolar, próba Ag 925, stempel lustrzany, tampondruk, kryształki Swarovskiego, wymiary 37,08 x 29,91 mm, projektant Beata Aleksandrowicz

### You & Me – Me

face value 1 Dollar, alloy Ag 925, finish proof, pad printing, Swarovski crystals, size 37,08 x 29,91 mm, designer Beata Aleksandrowicz



### **Merentibus**

nominał 50 dolarów, alloy Au 999,9,  
stempel lustrzany, średnica 32 mm

### **Merentibus**

face value 50 Dollars, metal Au 999,9,  
finish proof, diameter 32 mm

### **In the area of organization and management:**

The main strategic task in the area of organization and management is to continue implementing and improving the ISO-compliant quality management system and methods by improving the management system to enable the use of value management methods and to build incentive-based work and remuneration systems.

**In the area of technology and production:** implementing new coin production technologies, intensifying technical cooperation with domestic and foreign suppliers of blank discs for the production of coins to secure the supplier base enabling the Company to obtain semi-finished goods for the production of technologically advanced coins, and systematically implementing state-of-the-art IT solutions in technological and production processes to optimize them in terms of the product quality and cost effectiveness.

## **The future of the Mint of Poland – external factors**

The key external factors relating to the specific characteristics of the Mint of Poland S.A.'s operations include the following:

- market demand for new circulation and collector coins;
- the strength of potential competitors in the market of mint products;
- the level of inflation in Poland which will affect the volume of money in circulation and the demand for coins;
- improvements in the banking services system and the introduction of non-cash transactions which may partly reduce the use of coins and indirectly contribute to their slower wear-and-tear;
- the pace of implementation of electronic tickets in other agglomerations in Poland;
- the development of non-cash micro-payment systems and pre-paid transactions resulting in an increased interest in the e-wallet functionalities;
- developments in the foreign coin collector markets and in the potential exports markets for circulation coins;
- monetary integration of the EU Member States and Poland's joining the euro area which will stimulate the demand for the production of euro coins.



**W obszarze organizacji i zarządzania:** podstawowym zadaniem strategicznym jest kontynuacja wdrożenia i doskonalenie wprowadzanego systemu i metod zarządzania jakością zgodnego z normami ISO poprzez doskonalenie systemu zarządzania, pozwalającego na stosowanie metod zarządzania wartością oraz budowę motywacyjnych systemów pracy i wynagradzania.

**W sferze technologiczno-produkcyjnej:** wprowadzenie nowych technologii produkcji monet, 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 oraz systematyczne wprowadzanie najnowszych rozwiązań informatycznych do procesów technologiczno-produkcyjnych w celu ich optymalizacji pod względem uzyskiwanej jakości produktów oraz ponoszonych kosztów.

## Przyszłość Mennicy Polskiej – czynniki zewnętrzne

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

- zapotrzebowanie rynku na nowe monety obiegowe i kolekcjonerskie,
- siłę potencjalnych konkurentów na rynku produktów mennicznych,
- poziom inflacji w Polsce, od którego zależeć będzie ilość pieniędzy znajdujących się w obiegu oraz zapotrzebowanie na monety,
- 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,
- tempo wdrożenia elektronicznych biletów w pozostałych aglomeracjach w Polsce,
- rozwój systemu mikropłatności bezgotówkowych i transakcji przedpłaconych, powodujący wzrost zainteresowania funkcjami Elektronicznej Portmonetki,
- sytuację na zagranicznych rynkach wyrobów numizmatycznych i potencjalnych eksportowych rynkach zbytu monet obiegowych,
- integrację walutową państw członkowskich Unii Europejskiej oraz przystąpienie Polski do strefy EURO, co stymulować będzie zapotrzebowanie na produkcję monet EURO.



### Monety na szczęście – Biedronka

nominał 1 dolar, próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 41 mm, projektant Dobrochna Surajewska

### Lucky Coins – Ladybird

face value 1 Dollar, alloy Ag 925, finish proof, diameter 41 mm, designer Dobrochna Surajewska



## Economic position of the Mint of Poland

In 2012, the information content of the financial ratios, especially those relating to profitability, was significantly affected by the contribution in kind of the Trade and Marketing Branch, including its trademark, to a subsidiary wholly-owned by the Mint of Poland S.A.: Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o. Consequently, an evaluation of the Company's financial position was performed based on the financial ratios for the periods of the first three quarters of the last three years. However, due to the operations of Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o., the ratios, especially profitability ratios, are no longer fully comparable with those for the prior years.

From the perspective of the Mint of Poland S.A. Group, there were no factors materially affecting the real profitability

of the operating activity. Moreover, the Company has been successfully continuing the active management of current assets for the last few years. Taking into account the Company's financial and economic position to date, no liquidity risk is anticipated, nor any difficulties in the settlement of the liabilities as they become due.

The decrease in sales of 7% compared with the prior year and decreases in other profitability ratios in the period analysed are also due to the transfer of the part of the operations to Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o. It should be emphasized that the ratios referred to above did not affect the operating profitability at the Group level.

- a) Profitability ratios – the ratios of the relevant profit levels to net sales of finished goods, goods for resale and materials;
- b) Return on equity – the ratio of the net profit to average assets (arithmetic mean of the opening and closing balances for the period analyzed);
- c) Return on equity – ratio of the net profit to average equity (arithmetic mean of the opening and closing balances for the period analyzed)

### Profitability ratios

Specification	2010	2011	2012
Net sales (in PLN '000)	689 108	871 109	809 774
Return on sales	7,39%	6,19%	-0,94%
Return on operating activities	7,27%	6,07%	-0,90%
Return on economic activities	2,66%	5,56%	-0,77%
Gross margin	2,66%	5,56%	-0,77%
Net margin	2,08%	4,45%	-0,86%
Return on assets (ROA)	2,95%	7,83%	-1,35%
Return on equity (ROE)	3,49%	10,60%	-2,00%

## Sytuacja ekonomiczna Mennicy Polskiej S.A. (dane jednostkowe)

W roku 2012 na wartość wskaźników finansowych, w szczególności dotyczących rentowności, istotny wpływ miało przeniesienie aporem Oddziału Handlu i Marketingu wraz z wartością znaku towarowego do spółki w 100% zależnej od Mennicy Polskiej S.A. – wyodrębnienie spółki Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o. Stąd ocena sytuacji finansowej Spółki została dokonana na podstawie kształtowania się wskaźników finansowych za okresy pierwszych półroczy trzech ostatnich lat. Jednakże ze względu na funkcjonowanie spółki Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o., wartości, w szczególności wskaźników rentowności, straciły pełną porównywalność z okresami poprzednich lat.

Z perspektywy Grupy Kapitałowej Mennicy Polskiej S.A. nie wystąpiły czynniki mające istotny wpływ na realną rentow-

ność prowadzonej działalności operacyjnej. Ponadto, od kilku lat Spółka z powodzeniem kontynuuje aktywne zarządzanie majątkiem obrotowym. Uwzględniając dotychczasową sytuację ekonomiczną – finansową Spółki nie przewiduje się żadnego zagrożenia utraty płynności, ani też wystąpienia jakichkolwiek trudności w terminowej obsłudze zobowiązań.

Opisane w omawianym okresie zmniejszenie przychodów ze sprzedaży w stosunku do roku poprzedzającego o 7% oraz redukcja innych wskaźników rentowności jest także spowodowana wyodrębnieniem spółki Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o. Należy jednak podkreślić, że wyżej wymienione czynniki nie wpłynęły na poziom rentowności operacyjnej postrzegany z punktu widzenia Grupy Kapitałowej Spółki.

### Wskaźniki rentowności

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
Przychody ze sprzedaży netto ( w tys. PLN)	689 108	871 109	809 774
Rentowność sprzedaży	7,39%	6,19%	-0,94%
Rentowność działalności operacyjnej	7,27%	6,07%	-0,90%
Rentowność działalności gospodarczej	2,66%	5,56%	-0,77%
Rentowność brutto	2,66%	5,56%	-0,77%
Rentowność netto	2,08%	4,45%	-0,86%
Rentowność aktywów ogółem ROA	2,95%	7,83%	-1,35%
Rentowność kapitału własnego ROE	3,49%	10,60%	-2,00%

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

## Liquidity evaluation

The liquidity has been evaluated based on the level and structure of the working capital and the turnover of the main working capital components, and an analysis of the liquidity ratios:

- a) *Working capital – the difference between current assets and current liabilities; it determines the value of current assets financed with own funds;*
- b) *Demand for current funds – the difference between current assets less cash and cash equivalents and current liabilities less short-term loans; it determines the share of current assets (excluding cash and cash equivalents) not financed with current liabilities;*
- c) *Net cash and cash equivalents – the difference between net working capital and the demand for current funds; a negative balance indicates that there is a need for external sources of financing, a positive balance means that cash and cash equivalents exceed the current needs.*

### Working capital (in PLN'000)

Specification	2010	2011	2012
Current assets	133 123	178 918	145 757
Cash and cash equivalents, securities held for trading	17 871	9 212	16 149
Current assets, as adjusted (1-2)	115 252	169 706	129 608
Current liabilities	62 348	128 797	121 112
Short-term loans	0	26 017	26 013
Current liabilities, as adjusted (4-5)	62 348	102 780	95 099
Working capital (1-4)	70 776	50 122	24 645
Demand for current funds (3-6)	52 904	66 926	34 508
Net cash and cash equivalents (7-8)	17 871	-16 805	-9 863
Share of own funds in the financing of current assets (7/1)	53,17%	28,01%	16,91%

In 2012, current assets decreased, mainly as a result of a contribution in kind to Mennica Polska od 1776 Sp. z o.o. of inventories and receivables attributed to the Trade and Marketing Branch. The level of current liabilities decreased accordingly. Due to a decrease in current assets adjusted for cash and cash equivalents, combined with a slight decrease in adjusted current liabilities, the demand for current funds also decreased.

## 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:

### Kapitał obrotowy (w tys. PLN)

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
Majątek obrotowy	133 123	178 918	145 757
Środki pieniężne i papiery wartościowe przeznaczone do obrotu	17 871	9 212	16 149
Majątek obrotowy skorygowany (1-2)	115 252	169 706	129 608
Zobowiązania bieżące	62 348	128 797	121 112
Kredyty krótkoterminowe	0	26 017	26 013
Zobowiązania bieżące skorygowane (4-5)	62 348	102 780	95 099
Kapitał obrotowy (1-4)	70 776	50 122	24 645
Zapotrzebowanie na środki obrotowe (3-6)	52 904	66 926	34 508
Saldo netto środków pieniężnych (7-8)	17 871	-16 805	-9 863
Udział środków własnych w finansowaniu majątku obrotowego (7:1)	53,17%	28,01%	16,91%

W roku 2012 spadła wartość majątku obrotowego, co było wynikiem przede wszystkim aportu do spółki Mennica Polska od 1766 Sp. z o.o. zapasów i należności przypisanych do Oddziału Handlu i Marketingu. W analogiczny sposób zmniejszeniu uległ poziom zobowiązań bieżących. Ze względu na spadek poziomu majątku obrotowego, skorygowanego o środki pieniężne, przy nieznacznym zmniejszeniu się stanu skorygowanych zobowiązań bieżących, redukcji uległo zapotrzebowanie na środki obrotowe.

- 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.*



- a) *Turnover ratios – the ratios of the relevant balances of, respectively, inventories, receivables, current liabilities (arithmetic means of the opening and closing balances) to net sales, multiplied by the number of days in the reporting period;*
- b) *Working capital turnover in days – the ratio of working capital to net sales multiplied by the number of days in the reporting period;*
- c) *Operating cycle – the sum of receivables and inventory turnover cycles; it shows the period after which cash will be recovered after it has been invested;*
- d) *Cash conversion cycle – the operating cycle adjusted for the current liabilities turnover; it shows the number of days when additional funds (other than current liabilities) must be engaged to allow the financing of current assets.*

- a) *current ratio – the ratio of current assets to current liabilities; it shows the Company's ability to settle its current liabilities using current assets;*
- b) *quick ratio – the ratio of current assets less inventories to current liabilities; it shows the Company's ability to quickly mobilize cash and cash equivalents to settle liabilities with short maturities;*
- c) *cash ratio – the ratio of cash and cash equivalents to current liabilities; it shows the ability to settle liabilities due immediately using cash and cash equivalents available.*

### Turnover of the main working capital components (in days)

Specification	2010	2011	2012
Inventory turnover	40,0	41,6	36,2
Receivables turnover	27,5	18,1	31,3
Liabilities turnover	33,0	40,0	56,3
Working capital turnover in days	37,5	21,0	11,1
Operating cycle	67,5	59,7	67,5
Cash conversion cycle	34,5	19,7	11,1

In the period analysed, the decrease in inventories was accompanied by the decrease in inventory turnover from 41.6 days to 36.2 days. On the other hand, the receivables turnover and liabilities turnover increased. The operating cycle ranges from 60 to 68 days, which is typical of the Company. The cash conversion cycle improved.

The following ratios were used to evaluate the liquidity position of the Mint of Poland S.A.:

### Liquidity ratios

Specification	2010	2011	2012
Current ratio (CR)	2,1	1,4	1,2
Quick ratio (QR)	0,8	0,5	0,9
Cash ratio	0,3	0,1	0,1

The current and cash ratios remained at levels similar to those for the comparable period of the prior year. The quick liquidity ratio increased. In the period analyzed, the Company had no difficulties meeting its liabilities as they become due.

### Cykle rotacji głównych składników kapitału obrotowego (w dniach)

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
Cykl rotacji zapasów	40,0	41,6	36,2
Cykl rotacji należności	27,5	18,1	31,3
Cykl rotacji zobowiązań	33,0	40,0	56,3
Kapitał obrotowy w dniach obrotu	37,5	21,0	11,1
Cykl operacyjny	67,5	59,7	67,5
Cykl konwersji gotówkowej	34,5	19,7	11,1

W omawianym okresie, wraz ze spadkiem stanu zapasów skróceniu uległ cykl rotacji zapasów z poziomu 41,6 dni do poziomu 36,2 dni. Wydłużeniu uległy natomiast cykle rotacji należności oraz zobowiązań. Cykl operacyjny oscyluje w granicach typowych dla Spółki – ok. 60–68 dni. Poprawie uległ cykl konwersji gotówkowej.

Do oceny płynności finansowej Mennicy Polskiej S.A. zostały wykorzystane następujące wskaźniki:

### Wskaźniki płynności

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
Wskaźnik bieżącej płynności (CR)	2,1	1,4	1,2
Wskaźnik płynności szybkiej (QR)	0,8	0,5	0,9
Wskaźnik natychmiastowy	0,3	0,1	0,1

Wskaźniki bieżącej płynności, jak również płynności natychmiastowej zachowały poziomy zbliżone do wartości z analogicznego okresu roku poprzedniego. Zwiększeniu uległ natomiast wskaźnik płynności szybkiej. W omawianym okresie Spółka nie miała problemów z regulowaniem bieżących zobowiązań.

- 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;
- Kapitał obrotowy w dniach obrotu – stosunek wielkości kapitału obrotowego do sprzedaży netto pomnożona przez liczbę dni w okresie obrachunkowym;
- Cykl operacyjny – suma cyklu rotacji należności i cyklu rotacji zapasów; przedstawia okres, po jakim gotówka zostaje odzyskana po wprowadzaniu jej do procesów gospodarczych;
- 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.

- wskaźnik bieżący – stosunek stanu majątku obrotowego do stanu zobowiązań bieżących; obrazuje zdolność firmy do regulowania bieżących zobowiązań przy wykorzystaniu aktywów bieżących;
- wskaźnik szybki – 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;
- wskaźnik natychmiastowy – stosunek stanu środków pieniężnych do stanu zobowiązań bieżących; obrazuje zdolność do pokrycia zobowiązań o natychmiastowej wymagalności przy wykorzystaniu dysponowanych środków pieniężnych.



- a) Gearing – total liabilities to total assets; shows the share of external sources in the financing of operations;
- b) Debt-to-equity ratio – total liabilities to equity;
- c) Equity to fixed assets ratio – equity to total assets; shows the share of own funds in the financing of operations;
- d) Long-term gearing – long-term liabilities to total assets; shows the share of long-term liabilities in the financing of operations.

## Evaluation of indebtedness

### Debt ratios

Specification	2010	2011	2012
Gearing	16,40%	35,16%	29,90%
Debt-to-equity ratio	19,62%	54,22%	42,66%
Equity to fixed assets ratio	83,60%	64,84%	70,10%
Long-term gearing	0,13%	6,83%	1,74%

Compared with the end of the prior year, debt ratios decreased. The Company's assets are financed with equity in nearly 70%. The decrease in long-term gearing was due to the repayment of successive instalments of a long-term loan, with no new loans being drawn.



### Solar System

face value 10 Roubles, alloy: the planets Ag 925, the sun Ag 925 gold plated, finish proof, diameter 32 mm



## Ocena zadłużenia

### Wskaźniki stopnia zadłużenia

Wyszczególnienie	2010	2011	2012
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	16,40%	35,16%	29,90%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	19,62%	54,22%	42,66%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	83,60%	64,84%	70,10%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,13%	6,83%	1,74%

W stosunku do stanu na koniec analogicznego okresu roku poprzedzającego wskaźniki zadłużenia uległy zmniejszeniu. Majątek Spółki w prawie 70% finansowany jest kapitałem własnym. Spadek wskaźnika zadłużenia długoterminowego spowodowany był kolejnymi spłatami kredytu długoterminowego przy braku zaciąganych nowych kredytów.

### Układ słoneczny

nominał 10 rubli, próba: planety Ag 925, słońce Ag 925 platerowany złotem, stempel lustrzany, diameter 32 mm



- Wskaźnik ogólnego zadłużenia – stosunek zobowiązań ogółem do aktywów ogółem; obrazuje udział zewnętrznych źródeł finansowania działalności;
- Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego – stosunek zobowiązań ogółem do kapitałów własnych;
- Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi – stosunek kapitałów własnych do aktywów ogółem; przedstawia udział środków własnych w finansowaniu działalności;
- Wskaźnik zadłużenia długoterminowego – relacja zobowiązań długoterminowych do ogólnej sumy aktywów; określa udział zobowiązań długoterminowych w finansowaniu działalności.



### The Numismatic Cabinet



## The Numismatic Cabinet of the Mint of Poland

The Numismatic Cabinet of the Mint of Poland has existed since 1924 and was among the three most important coin and medal collections in Poland in the interwar period. The collection includes more than 70,000 items (including books). In 2012, more than 8,000 people visited the Cabinet.

In 2012, 143 new objects were added to the collections of the Numismatic Cabinet, including examples of the current minting production, including coins, medals and tokens.

The showpieces from the Numismatic Cabinet were presented at numismatic exhibitions and cultural events in Poland and abroad.

In the first half of 2012, the “Golden Gallery of Polish Kings”, a collection of medals commissioned by the founder of the Warsaw Mint, Stanisław August Poniatowski, together with the coining dies, was presented at the “Skarb z Kijowa” (Treasures from Kiev) exhibition at the Royal Łazienki Museum.

Coins, medals, dies and medallions from the Cabinet’s collection were also on display at the Zachęta gallery as part of the exhibition “Sztuka wszędzie. Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie 1904 – 1944” (Art Everywhere. Polish Academy of Fine Arts 1904–44). The most beautiful medals designed by Ewa Olszewska-Borys, Anna Beata Wątróbska, Hanna Jelonek, Magdalena Dobrudzka and Robert Kotowicz were presented at an exhibition in China.

For the fifth time, the Numismatic Cabinet participated in the Night of Museums, enabling 4.5 thousand of visitors to see, free of charge, the most beautiful and extraordinary exhibit in its collection, both the historical ones as well as modern examples of the latest achievement of minting technology. For the Night of Museums, a special exhibition was prepared, showing coins minted to commemorate the world and European football championships in recent years. Coins minted by the Mint of Poland for the Euro 2012 championship and designed by Urszula Walerzak and Robert Kotowicz were the main attraction at the exhibition.

## Gabinet Numizmatyczny Mennicy Polskiej

Istniejący od 1924 r. Gabinet Numizmatyczny Mennicy Polskiej (w okresie międzywojennym jeden z 3 najważniejszych zbiorów numizmatycznych w kraju) w 2012 r. zaprezentował swoje liczące ponad 70 tys. eksponatów (wraz z księgozbiorem) zbiory ponad 8 tys. osób zwiedzających siedzibę muzeum.

Zasoby Gabinetu Numizmatycznego powiększyły się w 2012 r. o 143 obiekty z bieżącej produkcji menniczej obejmującej monety, medale i żetony.

Eksponaty Gabinetu Numizmatycznego stanowiły ozdobę wystaw i wydarzeń kulturalnych o charakterze numizmatycznym w Polsce i zagranicą.

W pierwszym półroczu 2012 roku „Świta królewska” – seria medali wybitych na zlecenie założyciela Mennicy Warszawskiej, Stanisława Augusta Poniatowskiego, wraz ze stemplami była prezentowana na wystawie medalierskiej „Skarb z Kijowa” w Muzeum Łazienki Królewskie.

Monety, medale, stemple i medaliony ze zbiorów Gabinetu Numizmatycznego zostały pokazane w Zachęcie na wystawie „Sztuka wszędzie. Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie 1904–1944”. Zestaw najpiękniejszych medali Ewy Olszewskiej-Borys, Anny Beaty Wątróbskiej, Hanny Jelonek, Magdaleny Dobrudzkiej oraz Roberta Kotowicza eksponowany był na wystawie w Chinach.

Po raz piąty Gabinet Numizmatyczny wziął udział w „Nocy Muzeów” umożliwiając 4,5 tys. gości nieodpłatne poznanie najpiękniejszych i najbardziej niezwykłych eksponatów ze swoich zbiorów zarówno historycznych, jak i współczesnych, będących świadectwem najnowszych osiągnięć techniki menniczej. Specjalnie na „Noc Muzeów” została przygotowana ekspozycja obejmująca monety wybite z okazji mistrzostw świata i mistrzostw Europy w piłce nożnej w ubiegłych latach – największą atrakcją były monety wybite w Mennicy Polskiej na Euro 2012 zaprojektowane przez Urszulę Walerzak i Roberta Kotowicza.

Gabinet Numizmatyczny



## To the Shareholders and the Management Board of the Mint of Poland S.A.

### Independent Registered Auditor's opinion on the financial statements

We have audited the accompanying financial statements of the Mint of Poland S.A., Warsaw, ul. Pereca 21, which comprise the statement of financial position prepared as at 31 December 2011, the statement of comprehensive income, the statement of changes in equity, the cash flow statement for the year ended 31 December 2011 and notes to the financial statements.

The Company's Management Board is responsible for the audited financial statements. The Company's Management Board and members of the Supervisory Board are obliged to ensure that the accompanying financial statements and the Directors' Report comply with the requirements of the Accounting Act of 29 September 1994 (Journal of Laws of 2009 No. 152, item 1223, as amended, hereinafter referred to as "the Accounting Act").

Our responsibility was to audit the accompanying financial statements and to express an opinion on the compliance of these financial statements with the applicable accounting policies and on whether they give a fair and clear view, in all material respects, of the financial position and results of operations of the audited company, and on the correctness of the underlying accounting records.

We conducted our audit in accordance with the provisions of:

1. Chapter 7 of the Accounting Act;
2. national auditing standards issued by the National Board of Registered Auditors in Poland.

We have planned and conducted the audit to obtain reasonable assurance allowing us to express an opinion on the financial statements. In particular, the audit included examining the correctness of the accounting policies applied by the Company and significant estimates made; checking, – largely on a test basis – accounting documents and entries underlying the amounts and data contained in the financial statements, and an overall assessment of the financial statements.

We believe that our audit provided a reasonable basis for our opinion.

In our opinion, and in all material respects, the audited financial statements:

- a) give a true and fair view of the information relevant for an assessment of the Company's financial and economic position as at 31 December 2012 and the results of its operations for the financial year from 1 January to 31 December 2012;
- b) have been prepared in accordance with the International Accounting Standards, International Financial Reporting



#### The Great Composers – Frederic Chopin

alloy Ag 925,  
finish proof,  
diameter 32 mm

## Dla Akcjonariuszy, Rady Nadzorczej i Zarządu Mennicy Polskiej S.A.

### Opinia niezależnego biegłego rewidenta z badania sprawozdania finansowego

Przeprowadziliśmy badanie załączonego sprawozdania finansowego Mennica Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, przy ul. Pereca 21, na które składa się sprawozdanie z sytuacji finansowej sporządzone na dzień 31 grudnia 2011 roku, sprawozdanie z całkowitych dochodów, sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym, sprawozdanie z przepływów pieniężnych za rok obrotowy od 1 stycznia 2011 roku do 31 grudnia 2011 roku oraz noty do sprawozdania finansowego.

Za przedłożone do badania sprawozdanie finansowe odpowiada Zarząd Spółki. Zarząd oraz członkowie Rady Nadzorczej są zobowiązani do zapewnienia, aby załączone sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności Spółki spełniały wymagania przewidziane w ustawie z 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz.U. z 2009 r. nr 152, poz. 1223, z późniejszymi zmianami, zwanej dalej ustawą o rachunkowości).

Naszym zadaniem było zbadanie załączonego sprawozdania finansowego oraz wyrażenie opinii o tym, czy jest ono zgodne z wymagającymi zastosowaniami zasadami (polityką) rachunkowości oraz czy rzetelnie i jasno przedstawia ono we wszystkich istotnych aspektach sytuację majątkową i finansową, jak też wynik finansowy badanej Spółki oraz czy księgi

rachunkowe stanowiące podstawę jego sporządzenia są prowadzone prawidłowo.

Badanie sprawozdania finansowego przeprowadziliśmy stosownie do postanowień:

1. rozdziału 7 ustawy o rachunkowości;
2. krajowych standardów rewizji finansowej wydanych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów w Polsce.

Badanie sprawozdania finansowego zaplanowaliśmy i przeprowadziliśmy w taki sposób, aby uzyskać racjonalną pewność, pozwalającą na wyrażenie opinii o sprawozdaniu. W szczególności badanie obejmowało sprawdzenie poprawności zastosowanych przez Spółkę zasad (polityki) rachunkowości i znaczących szacunków, sprawdzenie – w przeważającej mierze w sposób wyrywkowy – dowodów i zapisów księgowych, z których wynikają liczby i informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym, jak i całościową ocenę sprawozdania finansowego.

Uważamy, że badanie dostarczyło wystarczającej postawy do wyrażenia opinii.

Naszym zdaniem zbadane sprawozdanie finansowe we wszystkich istotnych aspektach:

- a) przedstawia rzetelnie i jasno wszystkie informacje istotne dla oceny sytuacji majątkowej i finansowej badanej Spółki



**Wielcy kompozytorzy  
– Fryderyk Chopin**  
próba Ag 925,  
stempel lustrzany,  
średnica 32 mm



Standards and the related interpretations published in the form of the European Commission's regulations, and to the extent not governed by these Standards, in accordance with the requirements of the Accounting Acts and related secondary legislation, and based on properly maintained accounting records;

- c) comply in terms of form and contents with the laws affecting the contents of the financial statements, and the Company's Memorandum of Association.

The Company's Directors' Report prepared by the Management Board of the Mint of Poland S.A. includes information referred to in Art. 49 clause 2 of the Accounting Act and in the Decree of the Minister of Finance of 19 February 2009 on current and periodical information submitted by issuers of securities and conditions for considering as equivalent the information required under the legislation of

a non-Member State (Journal of Laws No. 33, item 259); information included in the Directors' Report is consistent with the data in the audited financial statements.

On behalf of Misters Audytor Aviser Spółka z o.o.  
Warsaw, ul. Wiśniowa 40/5  
Registered Audit Company  
No. 3704

#### Key Registered Auditor

Barbara Pawłowska-Krawczyk  
Registered Auditor No. 11702

#### Vice-President of the Board

Bożena Pawłowska-Krawczyk  
Registered Auditor No. 11702

Warsaw, 24 April 2013



#### Happy in love

nominat 1 dolar, próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 38,61 mm

#### Happy in Love

face value 1 Dollar, alloy Ag 925, finish proof, diameter 38.61 mm

na dzień 31 grudnia 2012 roku, jak też jej wyniku finansowego za rok obrotowy od 1 stycznia 2012 roku do 31 grudnia 2012 roku;

- b) zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz związanymi z nimi interpretacjami ogłoszonymi w formie rozporządzeń Komisji Europejskiej, a w zakresie nieuregulowanym w tych Standardach – stosownie do wymogów ustawy o rachunkowości i wydanych na jej podstawie przepisów wykonawczych, a także na podstawie prawidłowo prowadzonych ksiąg rachunkowych;
- c) jest zgodne z wpływającymi na treść sprawozdania finansowego przepisami prawa i postanowieniami statutu Spółki.

Sprawozdanie z działalności Spółki sporządzone przez Zarząd Mennica Polska S.A. uwzględnia informacje, o których mowa w art. 49 ust.2 ustawy o rachunkowości i w rozporządzeniu Ministra Finansów z 19 lutego 2009 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez

emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (Dz. U. nr 33, poz. 259), a zawarte w nim informacje finansowe są zgodne z danymi pochodzącymi ze zbadanego sprawozdania finansowego.

W imieniu Misters Auditor Adviser Spółka z o.o.  
Warszawa, ul. Wiśniowa 40 lok. 5  
Podmiot wpisany na listę podmiotów  
uprawnionych do badania pod pozycją 3704

#### **Kluczowy biegły rewident**

Barbara Pawłowska-Krawczyk  
Biegły Rewident nr 11702

#### **Wiceprezes Zarządu**

Bożena Pawłowska-Krawczyk  
Biegły Rewident nr 11702

Warszawa, 24 kwietnia 2013 roku

#### **Najlepszy przyjaciel człowieka**

próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 32 mm

#### **Man's best friend**

alloy Ag 925, finish proof, diameter 32 mm





## Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej Consolidated Statement of Financial Standing

w tys. PLN / in PLN thousands

AKTYWA ASSETS	31.12.2012	31.12.2011
<b>Aktywa trwałe Non-Current Assets</b>		
Rzeczowe aktywa trwałe Tangible fixed assets	134 242	143 223
Wartości niematerialne Intangible assets	2 285	2 653
Nieruchomości inwestycyjne Investment property	167 195	177 891
Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych Investments in associated	142 940	77 695
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego Deferred tax assets	8 301	5 995
Pozostałe aktywa trwałe Other non-current assets	4 648	4 700
<b>Aktywa trwałe razem Non-Current Assets</b>	<b>459 611</b>	<b>412 157</b>
<b>Aktywa obrotowe Current Assets</b>		
Zapasy Inventories	171 611	189 505
Pozostałe inwestycje krótkoterminowe Other short-term investments	4 265	201
Należności z tytułu podatku dochodowego Income tax receivable	1 859	1 228
Należności handlowe oraz pozostałe Trade and other receivables	274 758	126 399
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Cash and cash equivalents	40 334	22 429
<b>Aktywa obrotowe razem Current Assets</b>	<b>492 827</b>	<b>339 762</b>
<b>Aktywa razem Total Assets</b>	<b>952 438</b>	<b>751 919</b>



### Połowanie na lisa

nominał 1 dolar, próba Ag 925, stempel lustrzany, wymiary 40 x 28 mm

### Fox Hunting

face value 1 Dollar, alloy Ag 925, finish proof, size 40 x 28 mm



<b>PASYWA EQUITY</b>	<b>31.12.2012</b>	<b>31.12.2011</b>
<b>Kapitał własny Equity</b>		
Kapitał akcyjny Share capital	51 832	59 138
Akcje własne Own shares	0	(-) 7 306
Kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej Share premium	14 047	14 047
Kapitał rezerwowy oraz aktualizacja wyceny Revaluation reserve	65 472	18 967
Pozostałe kapitały rezerwowe Other capital reserves	304 354	243 753
Zyski zatrzymane Retained earnings	105 472	43 728
Udziały mniejszości Minority intakes	57 388	59 344
<b>Kapitał własny razem Total Equity</b>	<b>598 565</b>	<b>431 671</b>
<b>Zobowiązania długoterminowe Long-term Liability</b>		
Zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek oraz innych instrumentów dłużnych Credits, loans and other debt instruments	27 544	54 787
Zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych Employee benefits	2 542	2 526
Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego Finance lease	570	375
Rezerwy Provisions	33	2 195
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego Deferred tax provision	19 500	6 271
<b>Zobowiązania długoterminowe razem Total Long-term Liabilities</b>	<b>50 189</b>	<b>66 154</b>
<b>Zobowiązania krótkoterminowe Short-term Liability</b>		
Kredyt w rachunku bieżącym Overdraft	106 070	27 252
Zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek oraz innych instrumentów dłużnych Credits, loans and other debt instruments	60 148	64 236
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego Income tax payable	1 588	733
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe Trade and other payables	114 362	144 968
Rezerwy Provisions	19 881	16 905
Inne zobowiązania Other liabilities	1 635	
<b>Zobowiązania krótkoterminowe razem Short-term Liabilities</b>	<b>303 684</b>	<b>254 094</b>
<b>Pasywa razem Total Equity and Liabilities</b>	<b>952 438</b>	<b>751 919</b>

## Consolidated Statement of Comprehensive Income

in PLN thousands

	31.12.2012	31.12.2011
<b>Net revenues from sales</b>		
Revenues from the sale of products and services	276 323	369 548
Revenues from the sale of merchandise and materials	2 415 764	1 052 628
<b>Total revenues from sales</b>	<b>2 692 087</b>	<b>1 422 176</b>
<b>Cost of goods sold</b>	<b>2 487 601</b>	<b>1 291 149</b>
<b>Gross profit on sales</b>	<b>204 486</b>	<b>131 027</b>
Other operating revenues	7 581	7 484
Selling expenses	21 490	12 711
General administration costs	47 077	43 645
Other operating costs	11 569	8 209
<b>Profit on the operating activity</b>	<b>131 931</b>	<b>73 946</b>
Financial revenues	20 229	3 926
Financial expenses	11 358	8 504
<b>Net – financial rev/ex</b>	<b>8 871</b>	<b>(-) 4 578</b>
<b>Profit before taxation</b>	<b>140 802</b>	<b>69 368</b>
<b>Income tax</b>	<b>20 413</b>	<b>14 846</b>
<b>Net profit</b>	<b>120 389</b>	<b>54 522</b>
<b>Other total comprehensive income for the period</b>	<b>57 414</b>	<b>(-) 4 343</b>
<b>Income tax expense on other comprehensive income</b>	<b>10 909</b>	<b>(-) 825</b>
<b>Total comprehensive income</b>	<b>46 505</b>	<b>(-) 3 518</b>
<b>Całkowite dochody ogółem</b>	<b>166 894</b>	<b>51 004</b>

## Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów

w tys. PLN

	31.12.2012	31.12.2011
<b>Przychody netto ze sprzedaży</b>		
Przychody ze sprzedaży produktów i usług	276 323	369 548
Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów	2 415 764	1 052 628
<b>Przychody netto ze sprzedaży razem</b>	<b>2 692 087</b>	<b>1 422 176</b>
<b>Koszty własne sprzedaży</b>	<b>2 487 601</b>	<b>1 291 149</b>
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>	<b>204 486</b>	<b>131 027</b>
Pozostałe przychody operacyjne	7 581	7 484
Koszty sprzedaży	21 490	12 711
Koszty ogólnego zarządu	47 077	43 645
Pozostałe koszty operacyjne	11 569	8 209
<b>Zysk na działalności operacyjnej</b>	<b>131 931</b>	<b>73 946</b>
Przychody finansowe	20 229	3 926
Koszty finansowe	11 358	8 504
<b>Przychody / Koszty finansowe netto</b>	<b>8 871</b>	<b>(-) 4 578</b>
<b>Zysk przed opodatkowaniem</b>	<b>140 802</b>	<b>69 368</b>
<b>Podatek dochodowy</b>	<b>20 413</b>	<b>14 846</b>
<b>Zysk netto</b>	<b>120 389</b>	<b>54 522</b>
<b>Inne całkowite dochody za okres razem</b>	<b>57 414</b>	<b>(-) 4 343</b>
<b>Podatek dochodowy dotyczący składników innych całkowitych dochodów</b>	<b>10 909</b>	<b>(-) 825</b>
<b>Inne całkowite dochody netto</b>	<b>46 505</b>	<b>(-) 3 518</b>
<b>Całkowite dochody ogółem</b>	<b>166 894</b>	<b>51 004</b>

## Corporate social responsibility of the Mint of Poland

The Mint of Poland has been supporting corporate social responsibility for many years. As a Company with the established reputation of a donor and sponsor of corporate

social responsibility projects, in 2012 we also supported several dozen various events organized for children, sick people, people in need, and initiatives supporting the development of sports and local communities. For a Company with a more than 200 year-old tradition, it is also important to engage in the protection of cultural and historic heritage.

At the start of the 2012, the Annual Finale of Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy (Great Orchestra of Christmas Charity) was a major event. Since the outset of the Wielka Orkiestra, the Mint of Poland has minted golden hearts for its organizer, Jurek Owsiak, to help people in need. The Mint of Poland not only makes these symbol of the Orchestra, but is also the author of their design.

The President of the Mint of Poland, Grzegorz Zambrzycki, said: "The Mint of Poland helps by making what it is the best at making: objects which are timeless, made in accordance with the best tradition and skill, in which we succeed to include the best human emotions, including a willingness to help those in need. These hearts are the symbol of Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, and they will certainly remain with us until the end of the world... and another day more."

For people who failed to win one of the golden hearts at an auction, the Mint of Poland also makes commemorative tokens of Wielka Orkiestra. On the day of the Grand



**Reszta w Twoich rękach**  
**Change in Your Hands**

## Spółeczna odpowiedzialność Mennicy Polskiej

Mennica Polska od lat wspiera przedsięwzięcia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Jako firma o ugruntowanej pozycji darczyńcy i patrona przedsięwzięć z zakresu społecznego zaangażowania, także w 2012 roku wspieraliśmy kilkadziesiąt różnych wydarzeń organizowanych dla dzieci, chorych, potrzebujących, na rzecz inicjatyw wspierających rozwój sportowy czy środowisk lokalnych. Dla firmy o ponad 200 letniej tradycji, równie ważne jest zaangażowanie w ochronę dziedzictwa kulturowego i historycznego.

Największym wydarzeniem rozpoczynającym rok 2012 był kolejny finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Od samego początku Mennica Polska bije specjalnie dla Jurka Owsiaka złote serduszka, które pomagają potrzebującym. Mennica Polska nie tylko wykonuje te symbole Orkiestry, ale jest także autorem ich projektu.

Jak podkreśla prezes Mennicy Polskiej, Grzegorz Zambrzycki: *Mennica Polska włącza się w pomoc tworząc to, co ma najlepsze, czyli przedmioty ponadczasowe, nieśmiertelne, wykonane zgodnie z tradycją i sztuką, w których udaje nam się zawrzeć najlepsze ludzkie emocje, w tym chęć pomagania potrzebującym. Te serduszka są symbolem Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy i na pewno będą z nami do końca świata... i o jeden dzień dłużej!*

Dla wszystkich, którym nie uda się wylicytować jednego ze złotych serduszek, Mennica Polska przygotowuje co roku także żetony Wielkiej Orkiestry. W dzień Finału, odwiedzając stoiska Mennicy Polskiej na Placu Defilad przy Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie, gdzie mincerz Mennicy



Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy  
Great Orchestra of Christmas Charity



Finale, one could support Wielka Orkiestra by visiting the Mint of Poland's stand at Plac Defilad near the Palace of Culture and Science in Warsaw, where an employee of the Mint of Poland made Wielka Orkiestra tokens.

The "Reszta w Twoich rekach" (Change in Your Hands) programme organized by the Mint of Poland in cooperation with UNICEF Polska was a flagship project implemented in 2012. The 2012 edition of the programme was held under the honorary patronage of Anna Komorowska, wife of the President of Poland. The programme is also supported by Magdalena Rózcicka, a Goodwill Ambassador of UNICEF.

As part of the programme, the "Good Ducats" which can be collected as change in the shops participating in the programme enabled us to raise nearly PLN 30,000 for children in Georgia. In the three editions organized to date, PLN 1 million was raised. "Good Ducats" were available in more than 2,000 retail outlets across Poland.

Environmental protection plays a special role in the management of a modern company strategically committed to corporate social responsibility. By complying with strict standards and legal requirements, the Mint of Poland, in cooperation with its subcontractors and partners, continuously improves processes and products, aiming at minimizing their impact on the environment. As a component of the existing management system, environmental protection is subject to annual audits. The audit for 2012 showed once again that we managed to meet the high standards of environmental protection.



**Reszta w Twoich rękach**  
**Change in Your Hands**



Polskiej na żywo wybijal żetony Wielkiej Orkiestry, dodatkowo można było wesprzeć Orkiestrę.

Sztandarowym projektem realizowanym w 2012 r. przez Mennicę Polską była stworzona we współpracy z UNICEF Polska akcja: „Reszta w Twoich rękach”. Patronat honorowy nad edycją 2012 objęła Pani Anna Komorowska, Małżonka Prezydenta RP. Program wspiera także Magdalena Rózcicka, Ambasador Dobrej Woli UNICEF.

Dzięki „Dobrym Dukatom”, które w sklepach zaangażowanych w akcję partnerów handlowych można było odebrać jako resztę z zakupów, zebraliśmy niemal 300 tysięcy złotych na pomoc dzieciom z Gruzji. Trzy edycje akcji przyniosły łącznie 1 milion złotych. „Dobre Dukaty” dostępne były w ponad 2000 punktów handlowych w całej Polsce.

Ochrona środowiska zajmuje szczególne miejsce w zarządzaniu nowoczesną firmą, dla której odpowiedzialność społeczna jest częścią strategii. Mennica Polska spełniając surowe standardy i wymogi prawa, we współpracy z podwykonawcami i partnerami stale doskonalili procesy i wyroby, dążąc do ograniczania wpływu działalności na otoczenie. Ochrona środowiska jako element istniejącego systemu zarządzania firmą podlega corocznym badaniom audytowym, które także w roku 2012 r. pokazały, że udało nam się sprostać wysokim standardom ochrony środowiska.



Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy  
Great Orchestra of Christmas Charity

## Moneta na okładkach **Front and last page coin**

### **Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy – 20 lat**

nominał 10 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany, wymiary 28,70 x 30,00 mm (serce),  
projektant Urszula Walerzak

### **Great Orchestra of Christmas Charity – 20 years**

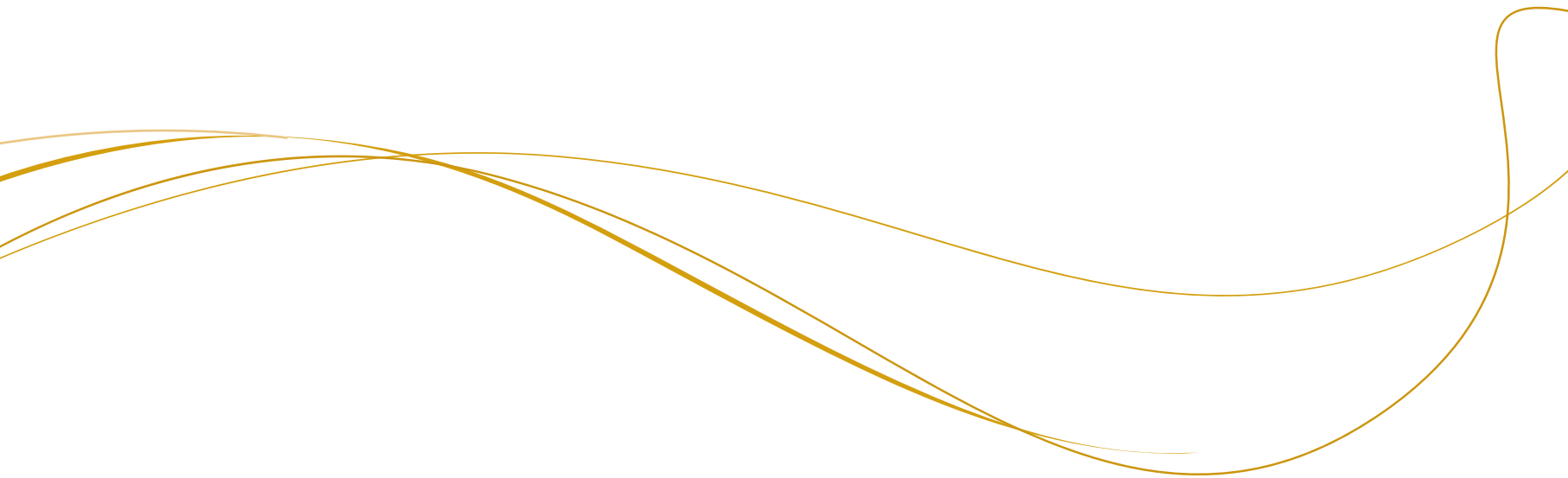
face value 10 PLN, alloy Ag 925, finish proof, size 28.70 x 30.00 mm (heart),  
designer Urszula Walerzak

Emitentem wszystkich polskich monet jest Narodowy Bank Polski



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.



# Mennica Polska S.A.

ul. Waliców 11  
00-851 Warszawa  
tel. centrala 22 656 40 00  
faks 22 620 52 22

[www.mennica.com.pl](http://www.mennica.com.pl)  
e-mail [mennica@mennica.com.pl](mailto:mennica@mennica.com.pl)

