



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.

# 2011

Raport roczny  
Annual Report



245 lat Mennicy Polskiej



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.



## SPIS TREŚCI

Informacje o Mennicy Polskiej i strategia działania	5
Wydarzenia 2011 roku w Mennicy Polskiej	7
Akcjonariusze i Rada Nadzorcza Mennicy Polskiej	9
Podstawowe produkty i usługi Mennicy Polskiej	15
Perspektywy rozwoju działalności Spółki	39
Cele strategiczne rozwoju Mennicy Polskiej S.A.	41
Przyszłość Mennicy Polskiej – czynniki zewnętrzne	43
Sprawozdanie z sytuacji finansowej	56
Społeczna odpowiedzialność Mennicy Polskiej S.A.	61

## THE CONTENTS

Information on the Mint of Poland and its strategy	4
Events of 2011 in the Mint of Poland	6
Shareholders and the Supervisory Board of the Mint of Poland	8
Key products and services of the Mint of Poland	14
Development prospects of the Company Strategic objectives of the development of the Mint of Poland	40
The future of the Mint of Poland – external factors	42
Statement of financial standing	56
Social Responsibility of the Mint of Poland	60



MENNICA  
POLSKA

ISTNIENIE OD 1766 R.

## LETTER FROM THE PRESIDENT

Dear Sirs,

Year 2011 was exceptional for the Mint of Poland not only with regard to financial outcomes, but also for the 245th anniversary of the establishment of the company by August Poniatowski, the last Polish monarch. The Mint of Poland still fulfills its founder's goal to create the most beautiful coins in Europe.

We are the sole issuer of circulation and collector coins for the National Bank of Poland. We also strike coins for multiple other currency issuers worldwide. In 2011, monetary, engraved and medal products were one of the major fields of dynamically developing production. The sales of investment gold also rose dynamically. Last year, the sales included over a ton of gold bars which allowed us to confirm our leading position on the market. We cooperate with financial institutions by expanding their offer with investment gold provided by the Mint of Poland.

The field of electronic payments is also growing rapidly. We finished the process of implementation of the URBAN-CARD in Wrocław and we developed other projects concerning public transport payments. At the end of last year, the Mint of Poland computer systems enabled hundreds of thousands transactions every day and the number of URBANCARDS that our company manages exceeded two million. Together with the biggest banks on the Polish market, we have introduced city payment cards to the market; solutions that have been certified by Visa and MasterCard.

For more than two centuries since the establishment of The Mint of Poland, we have become a significant player on the mint market, the biggest provider of urban electronic micro payments in Poland and number one company in domestic investment gold sales. I believe that the following years will be the time for company's even more dynamic development.

We invite you to cooperate and familiarize yourself with the Mint of Poland individual report for the year 2011.

Respectfully Yours,

Tadeusz Steckiewicz

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

## LIST PREZESA ZARZĄDU

Szanowni Państwo,

Rok 2011 był dla Mennicy Polskiej szczególnie, i to nie tylko ze względu na dobre wyniki finansowe. W minionym roku obchodziliśmy 245. rocznicę założenia firmy przez ostatniego polskiego monarchę Stanisława Augusta Poniatowskiego. Mimo upływu czasu Mennica Polska wciąż kieruje się mottem założyciela, który chciał, aby w naszym kraju powstawały najpiękniejsze monety w Europie.

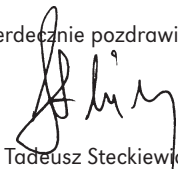
Jesteśmy jedynym producentem obiegowych i kolekcjonerskich monet dla Narodowego Banku Polskiego. Wybijamy także monety dla innych emitentów na całym świecie. Produkcja monetarna i grawersko-medalierska w 2011 roku była jednym z kilku obszarów, w których działa współczesna Mennica Polska. Oprócz niej dynamicznie rozwijała się również sprzedaż złota inwestycyjnego. W minionym roku Mennica Polska sprzedała ponad tonę złota w sztabkach, co pozwoliło nam umocnić pozycję lidera na tym rynku. W obszarze kruszców nawiązaliśmy także współpracę z instytucjami finansowymi, które wprowadziły do oferty złoto inwestycyjne oferowane przez Mennicę Polską.

Dynamicznie rozwijał się także segment płatności elektronicznych. Zakończyliśmy wdrożenie systemu Wrocławskiej Karty Miejskiej URBANCARD i rozwijaliśmy pozostałe projekty związane z obsługą płatności za przejazdy komunikacją miejską. Na koniec minionego roku systemy informatyczne Mennicy Polskiej każdego dnia obsługiwały setki tysięcy transakcji, a liczba kart miejskich, których operatorem jest nasza firma, przekroczyła 2 miliony. Wspólnie z największymi bankami obecnymi w Polsce wprowadziliśmy na rynek miejskie karty płatnicze, a nasze urządzenia uzyskały certyfikację organizacji Visa i MasterCard.

Szanowni Państwo, Mennica Polska po ponad dwóch wiekach od założenia stała się istotnym graczem na światowym rynku mennicznym, największym operatorem miejskich mikropłatności elektronicznych w Polsce i numerem jeden na rynku złota inwestycyjnego w kraju. Sądzę, że kolejne lata będą okresem dalszego rozwoju firmy.

Zapraszam do współpracy oraz do zapoznania się z jednostkowym sprawozdaniem Mennicy Polskiej z działalności w 2011 roku.

Serdecznie pozdrawiam



Tadeusz Steckiewicz

Prezes i Dyrektor Naczelny Mennicy Polskiej





## INFORMATION ON THE MINT OF POLAND AND ITS STRATEGY

The Mint of Poland is a successor of the Warsaw Mint, established in 1766 by the last king of Poland - Stanisław August Poniatowski. The ruler's wish was to make Warsaw the place where the most beautiful European coins are minted. This mission is still carried out today. The Mint of Poland is a sole producer of all circulation and collector coins in Poland issued by the National Bank of Poland. Our minters also strike coins for numerous other countries. They are also renowned professionals in the production of numismats and other engraved and medal products. Coins, numismats and medals of the Mint of Poland are unique masterpieces of the world which are awarded on the most prestigious international numismatic contests.

The Mint of Poland is currently the biggest operator of city card systems and the largest distributor of bar investment gold. Mennica Metale Szlachetne, the daughter company of the Mint of Poland, is a sole producer of gold bars.

Strategic goals, consistently implemented by the Mint Management include, first and foremost, maintaining the leading position on the domestic circulation and collector coins market, further development of coin minting for foreign issuers, development of electronic payments segment and constant strengthening of the position in the investment products, particularly investment gold.

In order to achieve these goals, the Company built its technological, organizational and human potential in the previous year. That is why it maintained its strategic advantage over competition in basic product groups. These activities were carried out with the preservation of natural environment and in accordance with sustainable development principles.



### Zwierzęta świata – borsuk (Meles meles)

nominał 20 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 38,61 mm, projektanci: Ewa Tyc-Karpińska, Grzegorz Pfeifer

**Animals of the World** – European Badger (Meles meles) face value 20 PLN, metal Ag 925, finish proof, dimensions 38,61 mm, designers: Ewa Tyc-Karpińska, Grzegorz Pfeifer

### Lew, 100 rubli, Znaki Zodiaku-Białoruś

nominał 100 rubli, próba Au 900, stempel lustrzany, średnica 30 mm, projektant: Svetlana Zaskevich

### Leo, 100 Roubles, Zodiac Signs – Belarus

face value 100 Roubles, metal Au 900, finish proof, dimensions 30 mm, designer: Svetlana Zaskevich





Mennica Polska jest spadkobierczynią Mennicy Warszawskiej, założonej w 1766 roku przez ostatniego króla Rzeczypospolitej Stanisława Augusta Poniatowskiego. Wolą władcy było, aby w Warszawie powstawały najpiękniejsze monety Europy. Misja ta realizowana jest do dziś. Współczesna Mennica Polska to jedyny producent wszystkich obiegowych i kolekcjonerskich monet emitowanych przez Narodowy Bank Polski. Nasi mincerze wybijają także monety dla wielu innych państw. Są też wybitnymi fachowcami w dziedzinie produkcji numizmatów i innych wyrobów grawersko-medalierskich. Monety, numizmaty i medale Mennicy Polskiej to unikalne w skali świata małe dzieła sztuki, które od wielu lat nagradzane są na najbardziej prestiżowych międzynarodowych konkursach numizmatycznych na świecie.

Mennica Polska jest obecnie największym w kraju operatorem systemów kart miejskich. Jest też największym dystrybutorem złota inwestycyjnego w sztabkach

– spółka córka Mennicy Polskiej o nazwie Mennica – Metale Szlachetne jest jedynym producentem sztabek tego kruszcu.

Cele strategiczne, które od kilku lat osiąga Zarząd Mennicy Polskiej, to przede wszystkim: utrzymanie pozycji lidera na krajowym rynku monet obiegowych i kolekcjonerskich, dalszy rozwój produkcji monet dla zagranicznych emitentów, rozbudowa segmentu płatności elektronicznych oraz stałe umacnianie pozycji w zakresie produktów inwestycyjnych, a zwłaszcza złota inwestycyjnego.

Aby je osiągnąć, w minionym roku Spółka rozwijała swój potencjał technologiczny, organizacyjny i kadrowy. Dlatego utrzymywała strategiczną przewagę nad konkurentami w podstawowych grupach produktowych. Działania te prowadzone były z troską o środowisko naturalne oraz zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

**Beatyfikacja Jana Pawła II – 1 V 2011**  
nominał 20 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany  
z tampondrukiem, średnica 38,61 mm,  
projektant: Ewa Tyc-Karpińska  
**Beatification of John Paul II – 1 May 2011**  
face value 20 PLN, metal Ag 925, finish proof  
with pad printing, dimensions 38,61 mm,  
designer Ewa Tyc-Karpińska



## EVENTS OF 2011 IN THE MINT OF POLAND

- strengthening of the Company's position on the numismatic market both in Poland and in cooperation with foreign issuers
- creation of the Mennica Polska od 1766 company (responsible for trade and marketing in the area of minting and investment products, particularly gold)
- completion of implementation of the Wrocław URBANCARD city card system, sale of the citycard system for the city of Łódź and further development of electronic payments systems
- dynamic increase in investment gold sales (in 2011, the Mint of Poland sold more than a ton of gold in bars, similarly to its subsidiary company – Mennica Metale Szlachetne)
- considerable increase in financial results both in the Company and its Capital Group
- purchase of real estate in the Praga Północ district of Warsaw (27.6 ha)
- commemoration of the 245th anniversary of establishing of the Warsaw Mint the successor of which is the Mint of Poland (part of the celebration was its participation as the guest of honor during the biggest numismatic fairs of World Money Fair in Berlin and the exhibition of gold collection of Stanisław August Poniatowski's medals in the Łazienki Królewskie Museum in Warsaw)
- prestigious awards for the Mint of Poland coins during international competitions of "International Prize Vicenza Numismatica" 2011 (the most beautiful coin award for the 10 PLN Krzysztof Komeda coin) and the Coin Constellation in Petersburg (three award including a special award given also to the 10 PLN Krzysztof Komeda coin)
- realization of the process of the Mint of Poland shares redemption (at the end of the year the Company's account amounted to 7,305,564 shares acquired for redemption, i.e. 12.35% of the Company's capital)
- The Mint of Poland has received the Medal at the International Fair TRANSEXPO 2011 for the online ticketing system which the Mint of Poland has implemented in Warsaw, Wrocław and Bydgoszcz.



### **Szlak Bursztynowy**

nominał 10 000 dolarów Niue Island, próba Au 999,9, stempel lustrzany z bursztynami, średnica 90 mm (waga 1000 gram), projektant: Robert Kotowicz

### **Amber Route**

face value 10 000 Dollars, metal Au 999,9, finish proof with ambers, dimensions 90 mm (weight: 1000 g), designer: Robert Kotowicz

## WYDARZENIA 2011 ROKU W MENNICY POLSKIEJ

- umocnienie pozycji Spółki na rynku numizmatycznym w kraju i we współpracy z emitentami z innych państw
- utworzenie spółki Mennica Polska od 1766 (odpowiada za działalność handlową i marketingową w obszarze produktów mennicznych oraz inwestycyjnych, w tym głównie złota)

- obchody 245. rocznicy założenia Mennicy Warszawskiej, której spadkobierczynią jest Mennica Polska (częścią tych obchodów był udział w charakterze gościa honorowego w największych na świecie targach numizmatycznych World Money Fair w Berlinie, a także wystawa złotych medali Stanisława Augusta Poniatowskiego w Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie)



- zakończenie procesu wdrażania systemu Wrocławskiej Karty Miejskiej URBANCARD, sprzedaż systemu karty miejskiej dla Łodzi i dalszy rozwój systemów płatności elektronicznych
- dynamiczne zwiększenie sprzedaży złota inwestycyjnego (w 2011 roku Mennica Polska sprzedała ponad tonę złota w sztabkach, podobnie jak spółka zależna Mennica – Metale Szlachetne)
- zdecydowane polepszenie wyników finansowych w Spółce i Grupie Kapitałowej
- zakup nieruchomości na Pradze-Północ w Warszawie (27,6 hektara)

- prestiżowe nagrody dla monet Mennicy Polskiej na międzynarodowych konkursach: International Prize Vicenza Numismatica 2011 („Najpiękniejsza moneta świata” dla monety *Krzysztof Komedą* – 10 zł) oraz Coin Constellation w Petersburgu (trzy nagrody, w tym nagroda specjalna, również dla monety *Krzysztof Komedą* – 10 zł)
- realizacja procesu umorzenia akcji Mennicy Polskiej (na koniec roku na rachunkach Spółki znajdowało się 7 305 564 akcji skupionych w celu umorzenia, czyli 12,35% kapitału Spółki)
- Mennica Polska otrzymała Medal Targów TRANSEXPO 2011 za internetowy system sprzedaży biletów, który wdrożyła w Warszawie, Wrocławiu i Bydgoszczy.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

**Na cześć gości World Money Fair Mennica Polska wydała uroczystą kolację w budynku berlińskiego senatu.**

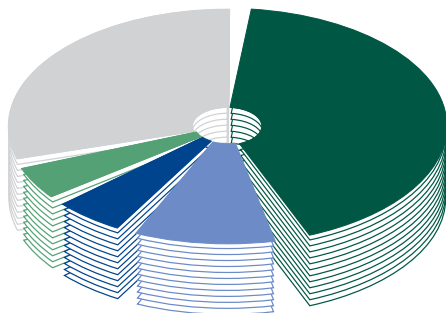
**The Mint of Poland gave a dinner party in the Berlin senate building in honor of the World Money Fair participants.**





## SHAREHOLDERS AND THE SUPERVISORY BOARD OF THE MINT OF POLAND

By the end of 2011 the Mint of Poland capital was divided into 59,137,700 shares. On May 30, 2011 nominal value of a Company share was changed from PLN 10 to PLN 1.



Stan na 30 grudnia 2011 roku  
Data as of December 30, 2011.

<span style="color: #006400;">■</span>	<b>Zbigniew Jakubas wraz z podmiotami zależnymi</b>	<b>27 238 180 akcji – 46,06%</b>
	<b>Zbigniew Jakubas with subsidiary entities</b>	<b>27,238,180 shares – 46.06%</b>
<span style="color: #4169E1;">■</span>	<b>ING Otwarty Fundusz Emerytalny</b>	<b>3 830 000 akcji – 6,48%</b>
	<b>ING Otwarty Fundusz Emerytalny</b>	<b>3,830,000 shares – 6.48%</b>
<span style="color: #00008B;">■</span>	<b>Amplico Otwarty Fundusz Emerytalny</b>	<b>3 664 490 akcji – 6,20%</b>
	<b>Amplico Otwarty Fundusz Emerytalny</b>	<b>3,664,490 shares – 6.20%</b>
<span style="color: #3CB371;">■</span>	<b>PZU Otwarty Fundusz Emerytalny</b>	<b>3 538 420 akcji – 5,98%</b>
	<b>PZU Otwarty Fundusz Emerytalny</b>	<b>3,538,420 shares – 5.98%</b>
<span style="color: #A9A9A9;">■</span>	<b>Pozostali Akcjonariusze</b>	<b>20 866 610 akcji – 35,28%*</b>
	<b>Other shareholders</b>	<b>20,866,610 shares – 35.28%*</b>

\* w tym 7 305 564 akcji własnych skupionych w celu umorzenia (12,35%)  
including 7,305,564 of own shares acquired for redemption (12.35%)

### The composition of the Mint of Poland Supervisory Board:

Zbigniew Jakubas – President of the Supervisory Board  
Piotr Sendeci – Vice-President of the Supervisory Board  
Paweł Brukszo – Supervisory Board Secretary

### Members:

Marek Felbur  
Mirosław Panek

### The composition between January 1 and December 31, 2011.

In 2011, the Mint of Poland Supervisory Board assumed the tasks of the Audit Committee – in accordance with the Resolution No. 10 of the Extraordinary General Meeting of the Mint of Poland of August 10, 2010.

## AKCJONARIUSZE I RADA NADZORCZA MENNICY POLSKIEJ

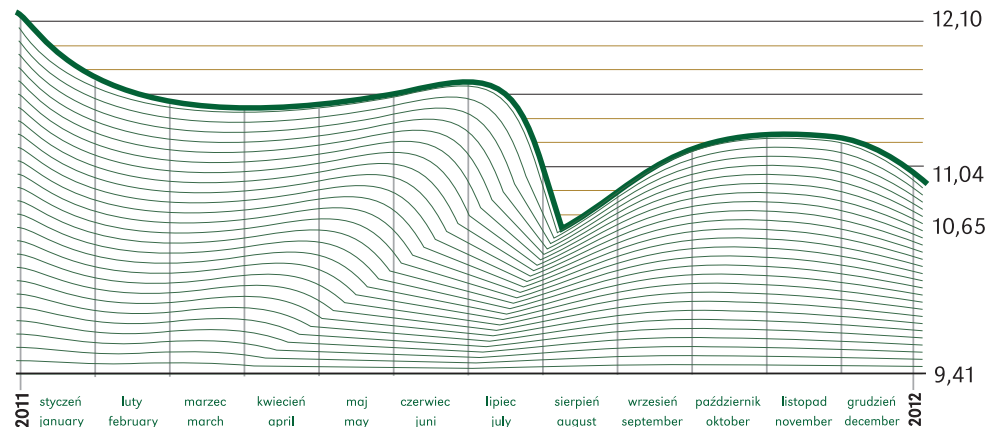
Na koniec 2011 roku kapitał Mennicy Polskiej dzielił się na 59 137 700 akcji. 30 maja 2011 roku zgodnie z wolą Akcjonariuszy został podzielony w stosunku 1:10 (tzw. split).



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

### Notowania akcji Mennicy Polskiej w zł The share price of Mint of Poland in PLN



### Skład Rady Nadzorczej Mennicy Polskiej:

Zbigniew Jakubas – Przewodniczący Rady Nadzorczej  
Piotr Sendeki – Zastępca Przewodniczącego Rady Nadzorczej  
Paweł Brukszo – Sekretarz Rady Nadzorczej

### Członkowie:

Marek Felbur  
Miroslaw Panek

### Skład od 1 stycznia do 31 grudnia 2011 roku.

W 2011 roku Rada Nadzorcza Mennicy Polskiej wykonywała zadania Komitetu Audytu – zgodnie z uchwałą nr 10 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Mennicy Polskiej z 10 sierpnia 2010 roku.



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.

## THE STRUCTURE OF THE MINT OF POLAND CAPITAL GROUP

The structure of the Mint of Poland Capital Group reflects the strategy of action of the Mint of Poland. The Company gathers 100% of the shares/stocks of the Group companies or controls them. Each of the Group companies is involved in specialized activities which complements the activity profile of the Mint of Poland. Due to specific area of activity, it is easier for separated entities to conduct their business activities on the basis of larger autonomy. In 2011, the structure of the Mint of Poland Capital Group was enlarged by a new entity – Mennica Polska od 1766 roku (depen-

dent in 100% on the Mint of Poland). Within the scope of its activities, it is responsible for the development of numismatic markets and investment products offered by the group both in Poland and abroad. Establishing of a new Company and transfer of trading and marketing activities to a new organizational unit enabled the Mint of Poland and the Mint of Poland Capital Group to assess the trading and marketing results on the minting markets in a more efficient way. It also facilitated the promotion of the Mint of Poland trade marks which were brought to a new entity.

### THE MINT OF POLAND

MENNICA METALE SZLACHTETNE S.A. 100%	SKARBIEC MENNICY POLSKIEJ S.A. 100%
MENNICA POLSKA OD 1766 SP. Z O.O. 100%	MENNICA INVEST SP. Z O.O. 100%
MENNICA OCHRONA SP. Z O.O. 100%	MENNICA FUNDUSZ INWESTYCYJNY ZAN 100%

MENNICA POLSKA SPÓŁKA AKCYJNA S.K.A.



#### Historia jazdy polskiej – ułan II Rzeczypospolitej

nominał 200 zł, próba Au 900, stempel lustrzany, średnica 27 mm,  
projektant: Robert Kotowicz

#### History of the Polish Cavalry – Uhlán of the Second Republic of Poland

face value 200 PLN, metal Au 900, finish proof, dimensions 27 mm,  
designer: Robert Kotowicz

## STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ MENNICY POLSKIEJ

Struktura Grupy Kapitałowej odzwierciedla strategię działania Mennicy Polskiej. Spółka skupia 100% akcji/ 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 2011 roku w strukturze Grupy Kapitałowej Mennicy Polskiej pojawił się 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 także promocję znaków towarowych Mennicy Polskiej, które zostały wniesione do nowego podmiotu.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

### MENNICA POLSKA S.A.

MENNICA METALE SZLACHETNE S.A. 100%	SKARBIEC MENNICY POLSKIEJ S.A. 100%
MENNICA POLSKA OD 1766 SP. Z O.O. 100%	MENNICA INVEST SP. Z O.O. 100%
MENNICA OCHRONA SP. Z O.O. 100%	MENNICA FUNDUSZ INWESTYCYJNY ZAN 100%

MENNICA POLSKA SPÓŁKA AKCYJNA S.K.A.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

## THE MANAGEMENT BOARD OF THE MINT OF POLAND

From 1 January to 31 December 2011, the Management Board of the Mint of Poland acted in the following composition:

Tadeusz Steckiewicz – President of the Management Board, General Director

Barbara Sissons – Member of the Management Board, Financial Director

Leszek Kula – Member of the Management Board, Operations Director

Grzegorz Zambrzycki – Member of the Management Board, Trade and Marketing Director (from 08/08/2011 onwards).



### **Tadeusz Steckiewicz**

HR/corporation issues, public relations, management/quality assurance systems, confidential information protection/security. Supervision of Electronic Payments Division.

Sprawy pracownicze, korporacyjne, polityka informacyjna, systemy zarządzania i kontrola jakości, system zabezpieczeń i ochrony informacji niejawnych. Nadzór nad Pionem Płatności Elektronicznych.



### **Barbara Sissons**

Accounting, finance, controlling and IT.

Księgowość, finanse, controlling i informatyka.



The Management Board of the Mint of Poland is supported by the managers running particular centers of the Company operations.

## ZARZĄD MENNICY POLSKIEJ

Od 1 stycznia do 31 grudnia 2011 roku Zarząd Mennicy Polskiej działał w następującym składzie:  
Tadeusz Steckiewicz – Prezes Zarządu, Dyrektor Naczelny  
Barbara Sissons – Członek Zarządu, Dyrektor ds. Finansowych  
Leszek Kula – Członek Zarządu, Dyrektor Operacyjny  
Grzegorz Zambrzycki – Członek Zarządu, Dyrektor ds. Handlu i Marketingu (od 8 sierpnia 2011 roku).



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



### Leszek Kula

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

Production (incl. set-up) processes, logistics, procurement, infrastructure maintenance/development.



### Grzegorz Zambrzycki

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

Activities in the area of trade and mint products marketing as well as investment products based on bullion (especially gold). Mr. Zambrzycki also holds the position of President of the Mennica Polska od 1766 company.



#### Polska Prezydencja w Radzie UE

numizmat Mennicy Polskiej mosiądz srebrzony, stempel lustrzany z tampondrukiem, średnica 40 mm, projektant: Urszula Walerzak

#### Polish Presidency of the EU Council

numismatic product of Mint of Poland silver-plated brass, finish proof with pad printing, dimensions 40 mm, designer: Urszula Walerzak

Zarząd Mennicy Polskiej wspierają menedżerowie kierujący poszczególnymi centrami działalności firmy.



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.

## KEY PRODUCTS AND SERVICES OF THE MINT OF POLAND

In 2011, the Mint of Poland operated in the following markets:

- mint products (coins, medals and other engraved products)
- modern ICT services (municipal transport system tickets, Municipal Card pre-paid parking zone fees, mobile phone pre-payments)
- investment products based on bullion (production and distribution of gold bars, silver and diamonds).

The company operations on the mint product market consisted in production and sales of:

- circulation coins
- collector coins
- national orders of distinction

- distinctions,
- stamps,
- commemorative medals
- tokens
- other numismatics
- official seals and hallmarks
- daters
- investment-grade gold bars.

In 2011 operations on the modern ICT services market consisted in development of the Municipal Card project (the cards may be used to code municipal transport system season tickets and to pay parking fees in municipal street park-meters located in paid parking zones), as well as in development of the project to sale mobile phone pre-payments all over the territory of Poland.



### **Moja Miłość, 20 Rubli**

nominal 20 rubli, próba Ag 295, stempel lustrzany ze wstawką z korundu, średnica 38,61 mm, projektant: Svetlana Zaskevich

### **My Love, 20 Roubles**

face value 20 Roubles, metal Ag 925, finish proof with insertion of corundum, dimensions 38,61, designer: Svetlana Zaskevich

## PODSTAWOWE PRODUKTY I USŁUGI MENNICY POLSKIEJ

W 2011 roku Mennica Polska prowadziła działalność 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),
- produktów inwestycyjnych opartych na kruszcach (produkcja i dystrybucja sztabek ze złota, srebra oraz diamentów).

Działalność Spółki na rynku produktów mennicznych związana była z produkcją i sprzedażą:

- monet obiegowych,
- monet kolekcjonerskich,
- odznaczeń państwowych,

- odznak,
- znaczków,
- medali,
- żetonów,
- pozostałych numizmatów,
- pieczęci urzędowych i znaczników probierczych,
- datowników,
- złotych sztabek inwestycyjnych.

Działalność na rynku usług związanych z nowoczesnymi technologiami teleinformatycznymi dotyczyła rozwoju projektu „Karta miejska” – umożliwiającego kodowanie okresowych biletów komunikacji w wielu polskich miastach oraz dokonywanie opłat parkingowych za pośrednictwem kart zbliżeniowych – jak również rozwoju sprzedaży doładowań do telefonów komórkowych na terenie całej Polski.

### **Polscy malarze XIX/XX wieku – Zofia Stryjeńska**

nominał 20 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany z tampondrukiem, wymiary 40 mm x 20 mm; projektant: Urszula Walerzak

### **Polish Painters of the 19th and 20th Centuries – Zofia Stryjeńska**

face value 20 PLN, metal Ag 925, finish proof with pad printing, dimensions 40 mm x 20 mm, designer: Urszula Walerzak



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.





# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



Numizmaty Skarbcza Mennicy Polskiej

Numismatic products of Skarbiec  
Mennicy Polskiej

## 2011 SALES STRUCTURE

In 2011, sales of the Mint of Poland reached over 871 million PLN, which constituted an increase over 26% respect the previous year. One of the most important factors of increased revenues was an increase in sales of investment gold bars both the produced in-house (finished goods) and those purchased by the Company from external suppliers (goods).

In addition, there was a significant increase in sales in the segment of magnetic ticket sales encoded on the City Card and other services provided by the City Card Center.

It was the result of the consistent development of the city card systems, implementation of services in the new towns and infrastructure development within the existing projects.

The largest share in the Company's revenues structure during the period was the sale of public transport tickets – more than 41%.

Another group of high revenue-generating products (primarily through sales of investment gold bars) were the other goods and materials – almost 18%, as well as engraved and medal products – more than 16%.

## Revenues from sales of products, goods and services of the Mint of Poland – 2010-2011

Category	2011		2010		2011/2010
	Amount [PLN]	Share [%]	Amount [PLN]	Share [%]	Dynamics [%]
<b>I. Products</b>	<b>277,563,498</b>	<b>31.86</b>	<b>208,622,497</b>	<b>30.27</b>	<b>133.05</b>
Circulation/collector coins	134,327,742	15.42	141,843,066	20.58	94.70
Medals and other engraved products	143,235,757	16.44	66,745,431	9.69	214.60
Apartment	0	0.00	34,000	0.00	0.00
<b>II. Commercial goods and materials</b>	<b>560,939,730</b>	<b>64.39</b>	<b>457,705,781</b>	<b>66.42</b>	<b>122.55</b>
Public transport tickets	358,420,134	41.15	302,744,721	43.93	118.39
GSM mobile phone pre-paid payments	47,501,315	5.45	49,909,128	7.24	95.18
Other commodities/materials	155,018,281	17.80	105,051,931	15.24	147.56
<b>III. Services</b>	<b>32,605,452</b>	<b>3.74</b>	<b>22,779,543</b>	<b>3.31</b>	<b>143.13</b>
Rental of spaces – Aurum	6,296,841	0.72	6,060,778	0.88	103.89
Rental of spaces – Nefryt	2,241,915	0.26	1,480,630	0.21	151.42
City Card Services – managing and service	16,983,223	1.95	8,901,809	1.29	190.78
Other services	7,083,472	0.81	6,336,326	0.92	111.79
<b>TOTAL SALES</b>	<b>871,108,680</b>	<b>100.00</b>	<b>689,107,821</b>	<b>100.00</b>	<b>126.41</b>

## STRUKTURA SPRZEDAŻY W 2011 ROKU

W roku 2011 sprzedaż Mennicy Polskiej S.A. osiągnęła wartość ponad 871 mln PLN, co stanowiło ponad 26-procentowy wzrost w stosunku do roku poprzedzającego. Jednym z najbardziej istotnych czynników zwiększenia przychodów był wzrost sprzedaży złotych sztabek inwestycyjnych zarówno produkcji własnej (wyroby gotowe), jak i kupowanych przez Spółkę od zewnętrznych dostawców (towary). Ponadto istotne zwiększenie obrotów nastąpiło w segmencie sprzedaży biletów magnetycznych kodowanych na karcie miejskiej oraz innych usług Centrum Karty Miejskiej. Był on rezulta-

tem 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 biletów komunikacji miejskiej – ponad 41%. Kolejną grupą produktów generujących wysokie przychody (głównie dzięki sprzedaży złotych sztabek inwestycyjnych) były pozostałe towary i materiały – prawie 18%, oraz produkty grawersko-medalerskie – ponad 16%.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

### Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i usług Mennicy Polskiej S.A., lata 2010–2011

Kategoria	2011		2010		2011/2010
	wartość [PLN]	struktura [%]	wartość [PLN]	struktura [%]	dynamika [%]
<b>I. Wyroby gotowe</b>	<b>277 563 498</b>	<b>31,86</b>	<b>208 622 497</b>	<b>30,27</b>	<b>133,05</b>
Monety obiegowe i kolekcjonerskie	134 327 742	15,42	141 843 066	20,58	94,70
Produkty grawersko-medalerskie	143 235 757	16,44	66 745 431	9,69	214,60
Mieszkania	0	0,00	34 000	0,00	0,00
<b>II. Towary handlowe i materiały</b>	<b>560 939 730</b>	<b>64,39</b>	<b>457 705 781</b>	<b>66,42</b>	<b>122,55</b>
Bilety komunikacji miejskiej	358 420 134	41,15	302 744 721	43,93	118,39
Doładowania pre-paid telefonii komórkowej GSM	47 501 315	5,45	49 909 128	7,24	95,18
Pozostałe towary i materiały	155 018 281	17,80	105 051 931	15,24	147,56
<b>III. Usługi</b>	<b>32 605 452</b>	<b>3,74</b>	<b>22 779 543</b>	<b>3,31</b>	<b>143,13</b>
Wynajem powierzchni – Aurum	6 296 841	0,72	6 060 778	0,88	103,89
Wynajem powierzchni – Nefryt	2 241 915	0,26	1 480 630	0,21	151,42
Usługi „Karty miejskiej” – operatorstwo i serwis	16 983 223	1,95	8 901 809	1,29	190,78
Usługi pozostałe	7 083 472	0,81	6 336 326	0,92	111,79
<b>SPRZEDAŻ OGÓLEM</b>	<b>871 108 680</b>	<b>100,00</b>	<b>689 107 821</b>	<b>100,00</b>	<b>126,41</b>



## DOMESTIC MARKETS FOR COINS

National Bank of Poland is the sole Customer buying and distributing Polish circulation coins and collector coins. The Mint of Poland is a sole manufacturer of all coins issued by the National Bank of Poland.

In 2011 The Mint of Poland manufactured coins both to replace worn ones, as well as to supplement the volume of coins in circulation. In 2011, the domestic market for coins remained under the strong influence of changes introduced in January 2010 by the National Bank of Poland to the coins distribution system. The new “Kolekcjoner” sales system is based on the on-line tender for coins purchase; it also uniform prices of coins for individuals and businesses as well as excludes the possibility of ordering the whole set of coins from an issue schedule.

These changes, as in 2010, had a significant impact on the distribution area for which the domestic trade department was responsible.

More difficult access to coins, no guarantees of purchase, and changeability of prices resulted in the withdrawal from the market of many numismatic shops and commercial banks which cooperated with the Mint of Poland in this field. The Customers who continue to cooperate with the Mint of Poland, due to falling demand, reduced the number of coins ordered.

Changes in the primary market for coins are also reflected in the structure of revenues from sales of complementary products such as coins, foreign coins and local ducats.



### **Czesław Miłosz (1911 - 2004)**

nominał 10 zł; próba Ag 925, stempel lustrzany, średnica 32 mm, projektant: Robert Kotowicz

### **Czesław Miłosz (1911 - 2004)**

face value 10 PLN, finish proof, dimensions 32 mm, designer: Robert Kotowicz

## KRAJOWY RYNEK MONET

Jedynym zleceniodawcą, nabywcą i dystrybutorem polskich monet obiegowych i kolekcjonerskich jest Narodowy Bank Polski. Mennica Polska jest jedynym producentem wszystkich monet emitowanych przez polski bank centralny.

Produkcja monet obiegowych w 2011 roku realizowana była w celach odtworzeniowych i uzupełniających. Krajowy rynek monet kolekcjonerskich pozostawał w 2011 roku pod wpływem zmian wprowadzonych w styczniu 2010 roku przez Narodowy Bank Polski w zakresie dystrybucji monet. Nowy system sprzedaży „Kolekcjoner” jest oparty na internetowym konkursie ofert na zakup monet, ujednolicił cenę i limity zakupu monet dla klientów indywidualnych i podmiotów gospodarczych oraz

wyklucza możliwość zamówienia całego kompletu monet z rocznego planu emisyjnego.

Zmiany te, podobnie jak w roku 2010, miały istotny wpływ na obszar dystrybucji, za który odpowiadał dział handlu krajowego. Utrudniony dostęp do monet, brak gwarancji zakupu, zmienność cen spowodowały wycofanie się z rynku wielu sklepów numizmatycznych oraz banków komercyjnych, które dotychczas współpracowały z Mennicą w tym zakresie. Klienci nadal współpracujący z Mennicą Polską, z powodu spadku popytu, ograniczyli ilość zamawianych monet.

Ruch na podstawowym rynku monet odzwierciedlił się także w strukturze przychodów ze sprzedaży produktów

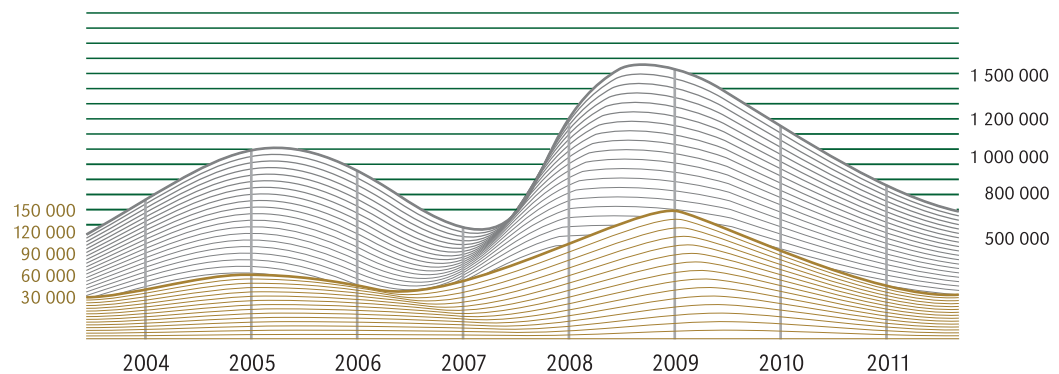


**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

### Nakłady srebrnych i złotych monet kolekcjonerskich w sztukach. Źródło: NBP

Silver and gold coins mintage in pcs. Source: NBP



- monety złote (gold coins)

- monety srebrne (silver coins)



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.

Another important aspect influencing the domestic trading revenues, particularly in the first half of 2011 were record price increases of silver. This traditionally basic ore, of which the majority of the coins and numismatics is made continued an upward trend in 2010, reaching in the period from January to June, nearly 15% increases in Polish zlotys. Periodically, silver prices were even higher, and at the end of April compared to January increase of gold prices in PLN was 43%. The phenomenon of raw materials price increase affected more and more the numismatic market to create a price limit demand.

During this period, the Company continued to produce and sell the foreign issuers coins taking into account the Polish theme. In this respect, the coins of the series "Cartoon Heroes", including the coin dedicated to the fairytale of "Benny and Lenny" and the coins of the series "Amber Route" continued to be quite popular.

Because of the beatification of John Paul II, the greatest interest in this period enjoyed the coins dedicated to the Pope.

Following the strategy to shorten distribution channels and to protect its own network the Company opened in July 2011 a flagship store at the Royal Castle on Wawel Hill.

The target group of the store is tourists and local collectors. In view of the satisfactory sales results of the store reached for half a year of activity, the Mint is going to continue to develop its own sales network.



**W Mennicy Polskiej ze złotą monetą o nominale 1000 zł.**

**In Mint of Poland with golden coin (face value 1000 PLN).**

komplementarnych: numizmatów, monet zagranicznych i dukatów lokalnych.

Kolejnym ważnym aspektem kształtującym przychody handlu krajowego, zwłaszcza w pierwszym półroczu 2011 roku, był rekordowy wzrost cen srebra. Ten tradycyjnie podstawowy kruszec, z którego wykonuje się większość monet i numizmatów, kontynuował trend wzrostowy z roku 2010, osiągając od stycznia do czerwca blisko 15-procentowy wzrost wyrażony w złotych. Okresowo ceny srebra były jeszcze wyższe, na koniec kwietnia w odniesieniu do stycznia wzrost cen kruszcu sięgał 43%. Zjawisko drożejących surowców coraz silniej wpływało na rynku numizmatycznym na wytworzenie się cenowej granicy popytu.

W omawianym okresie Spółka kontynuowała produkcję i sprzedaż monet zagranicznych emitentów uwzględ-

niających polską tematykę. W tym zakresie nadal stosunkowo dużym zainteresowaniem cieszyły się monety z serii „Bohaterowie kreskówek”, m.in. moneta poświęcona bajce „Bolek i Lolek”, oraz monety z serii „Szlak Bursztynowy”.

Z uwagi na beatyfikację Jana Pawła II największym zainteresowaniem w tym okresie cieszyły się monety dedykowane Papieżowi.

Zgodnie z przyjętą strategią skracania kanałów dystrybucji i zabezpieczania sieci własnej Spółka otworzyła w lipcu 2011 roku firmowy sklep na Zamku Królewskim na Wawelu. Grupą docelową kupujących są turyści oraz lokalni kolekcjonerzy. W związku z satysfakcjonującymi wynikami sprzedaży punktu po półrocznej działalności Mennica zamierza kontynuować rozwój własnej sieci sprzedaży.



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



**Prezydent Miasta Krakowa Jacek Majchrowski podczas otwarcia sklepu Mennicy Polskiej na Wawelu.**

**Jacek Majchrowski, Mayor of the City of Krakow, at the opening of the Mint of Poland shop in Cracow (castle of Wawel).**



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

## DOMESTIC MARKETS FOR OTHER MINTING PRODUCTS

For many years, the Company has had a strong position in the market of state distinctions, other distinctions, stamps, medals, official seals, hallmarks, and daters.

Sale of these traditional Company products constitutes a significant part of the entire domestic market for such products. Strong position of the Company on that market results mainly from our multi-year experience, quality of our products, as well as from our image of a reliable supplier in the eyes of our Customers. The continuous improvement of staff in customer service is also of great importance. The Mint of Poland is the only entity authorized to produce official seals used to seal state documents.

In view of developments in the market of collector coins, other products of the Mint of Poland: tokens and medals become stabilizing income and revenues element in the domestic trade department. In this area, the sales of tokens and merchandise continues successfully to such corporations as Bertelsmann Media Sp. z o.o., Fiat Auto Poland S.A., IKEA Retail Sp. z o.o.. A new distribution channel of inserting numismats in newspapers was created. The results of cooperation with "Gazeta Wyborcza" belonging to the AGORA SA company encourage to continue to sell through this channel in the following years.

**Sztabki kolekcjonerskie Mennicy  
Polskiej.**

**Collector bars of Mint of Poland.**



## KRAJOWY RYNEK POZOSTAŁYCH PRODUKTÓW MENNICZYCH

Od wielu lat Spółka utrzymuje mocną pozycję na rynku odznaczeń państwowych, odznak, znaczków, medali, pieczęci urzędowych, znaczników probierczych, datowników.

Są to tradycyjne wyroby Mennicy i ich sprzedaż ma znaczny udział w całym rynku krajowym. Na mocną pozycję Mennicy wpływa głównie wieloletnie doświadczenie w tej dziedzinie, jakość wyrobów oraz przywiązanie klientów do Spółki jako solidnego dostawcy. Nie bez znaczenia jest również ciągłe doskonalenie personelu w zakresie obsługi klientów. Jeśi chodzi o pieczęcie urzędowe, używane do pieczętowania dokumentów państwowych, Mennica jest jedynym podmiotem uprawnionym do ich wykonywania.

Wobec zmian zachodzących na rynku monet kolekcjonerskich pozostałe produkty Mennicy Polskiej: żetony i medale, stają się elementem stabilizującym przychody i zyski w dziale handlu krajowego. W tym obszarze z powodzeniem kontynuowano rozwój sprzedaży żetonów i towarów handlowych takim korporacjom, jak m.in. Bertelsmann Media Sp. z o.o., Fiat Auto Poland S. A., IKEA Retail Sp. z o.o., ORLEN S.A. Uruchomiono także nowy kanał dystrybucji polegający na dołączaniu numizmatów do gazet. Wyniki współpracy z marką „Gazeta Wyborcza” należąca do firmy AGORA S.A. zachęcają do kontynuowania sprzedaży w tym kanale dystrybucji w kolejnych latach.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

### **Złota replika monety 2 zł Jagódki**

próba Au 900, stempel lustrzany, średnica 27 mm,  
projektant: Wojciech Jastrzębowski

### **Gold replica of 2PLN coin Jagódki**

metal Au 900, finish proof, dimensions 27 mm,  
designer: Wojciech Jastrzębowski







# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



**Mennica Ziemi Polskich – Mennica  
Gdańska, złoto**

replika donatywy gdańskiej Władysława IV  
z 1648 roku, próba Au 900, średnica 27 mm

**Polish Mints – Mint Gdańsk, gold**

replica of coin of king Władysław IV (from  
1648), metal Au 900, dimensions 27 mm

Once again the Mint of Poland and UNICEF conducted a successful joint charity campaign under the slogan “The rest is in your hands”. The campaign involved offering 5 good ducats to end users instead of the change given during everyday shopping. It was joined by the new partners of the Mint of Poland acquired during the first edition as, among others: OBI, Leclerc, Deichmann. In addition to the aspects of image, the campaign allowed the Company to attract new partners to cooperate on other projects and to effectively inform the market of promotional opportunities for the use of tokens, which is now reflected in orders and inquiries from other trading partners. Cooperation with UNICEF will be continued in the following years.

Consistent, long-term building of the Mint of Poland positions in the markets out of the numismatic and collector’s market allows, in a crisis situation in the main market, to compensate for reduced revenues from the sale of coins with the sale of complementary products.

For many years, the Mint of Poland has had a stable position in B2B and local markets. In the period of weak results of the numismatic markets, income from that activity exceeds 50% of the income generated by the domestic trade department.

Kolejny raz przeprowadzono z sukcesem wspólną akcję charytatywną Mennicy Polskiej S.A. i UNICEF pod hasłem „Reszta w Twoich rękach”. Akcja ta polegała na oferowaniu odbiorcom końcowym pięciu „dobrych dukatów” zamiast reszty wydawanej przy codziennych zakupach. Przystąpili do niej partnerzy Mennicy pozyskani w pierwszym roku edycji, m.in. OBI, E.Leclerc, Deichmann. Oprócz aspektów wizerunkowych akcja pozwoliła Spółce pozyskiwać nowych partnerów do współpracy przy innych projektach oraz skutecznie informować rynek o promocyjnych możliwościach zastosowania żetonów, co znajduje obecnie odzwierciedlenie w zamówieniach i zapytaniach od innych partnerów handlowych. Współpraca z UNICEF będzie kontynuowana także w następnych latach.

Konsekwentna, wieloletnia budowa pozycji Mennicy Polskiej S.A. na rynkach pozanumizmatycznych i pozakolekcyjnych pozwala w sytuacji kryzysu na rynku 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.



**Wybite w Mennicy Polskiej Dobre Dukaty pozwoliły zebrać niemal 330 tys. złotych na rzecz dzieci na Madagaskarze.**

**Minted in Mint od Poland Good Ducats helped to collect nearly 330 thousand PLN for children on Madagascar.**



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.



## DOMESTIC MARKETS FOR INVESTMENT GOLD BARS

The Mint of Poland is a leader in the market of investment gold and is the only producer of investment gold bars in Poland.

The year 2011 began with falling price of gold on the world market. Investors regained appetite to buy gold for investment in late January, when the trend turned sharply and the price of gold began to reach new records.

The biggest wave of growth took place in early August. The main factor affecting the record prices was the political crisis in the United States. Panic on Wall Street infected the investors all over the world who bought in the nervous atmosphere Swiss Franc and gold.

In early September, gold reached a record price of more than US \$ 1920.00 an oz.

Over the next months of 2011, the price of gold fluctuated in the band between US \$ 1550.00 - 1780.00 an oz. Such significant changes caused by unstable situation of the euro zone countries gave great opportunities for investors looking for bargains on the bullion market. Interest in investing in gold all over the world had direct impact on the sale of gold bullion in the Mint of Poland. The Company reached the highest revenue level in October and December 2011 when the gold prices upward trend changed.

In 2011, a number of new investment products were launched, among which the cast bars over 250 g produced within the capital group by the Mennica – Metale Szlachetne deserve particular attention.

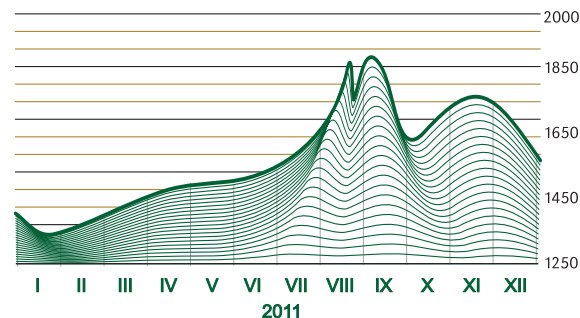
Optimization of the supply chain has significantly improved the competitiveness of the Mint of Poland and

profitability of this product group. In order to make the existing range of investment gold more competitive, also the packaging and images of former bars weighing 250 g were changed.

The new investment products in the product portfolio of the Mint of Poland included also investment silver and diamonds.

The range of investment products of the Company in immediate and deferred delivery was introduced in 2011 to hundreds of active points of sale. Such considerable increase was made possible due to the acquisition of new business partners, including Getin Noble Bank and cooperative banks.

**Notowania złota w USD za uncję.**  
**Gold quotations in USD per ounce.**



## KRAJOWY RYNEK ZŁOTA INWESTYCYJNEGO

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

Rok 2011 rozpoczął się spadkami cen kruszcu na rynku światowym. Inwestorzy nabrali apetytu na zakup złota inwestycyjnego dopiero pod koniec stycznia, gdy trend gwałtownie się odwrócił i cena tego metalu zaczęła ustanawiać kolejne rekordy.

Największa fala zwyżek miała miejsce na początku sierpnia. Głównym czynnikiem wpływającym na rekordowe ceny był kryzys polityczny w Stanach Zjednoczonych. Panika na Wall Street udzielała się inwestorom z całego świata, którzy w nerwowej atmosferze kupowali franka szwajcarskiego i złoto. Na początku września złoto ustanowiło rekordową cenę przekraczającą 1920,00 USD/t.oz.

Przez kolejne miesiące 2011 roku cena złota wahała się w paśmie 1550,00–1780,00 USD/t.oz. Tak duże zmiany spowodowane niestabilną sytuacją krajów strefy euro stworzyły duże możliwości inwestorom szukającym dobrych okazji na rynku kruszców. Zainteresowanie inwestycją w złoto na świecie przekładało się wprost proporcjonalnie na sprzedaż sztabek tego kruszcu w Mennicy Polskiej S.A. Największy przychód Spółka odnotowała w październiku oraz grudniu 2011 roku, gdy odwrócił się trend wzrostowy cen złota.

W 2011 roku wprowadzono na rynek wiele nowych produktów inwestycyjnych, z których na największą

uwagę zasługują sztabki odlewane o wadze powyżej 250 g produkowane w ramach grupy kapitałowej przez Mennicę – Metale Szlachetne. Optymalizacja łańcucha dostaw w istotny sposób poprawiła konkurencyjność Mennicy i rentowność tej grupy produktów. W celu zapewnienia większej konkurencyjności dotychczasowej oferty złota inwestycyjnego zmieniono także opakowa-



nia i wygląd sztabek o gramaturze do 250 g. Wśród nowych produktów inwestycyjnych w portfolio produktowym Mennicy znalazło się także srebro inwestycyjne oraz diamenty.

Oferta produktów inwestycyjnych Spółki w dostawie natychmiastowej i odroczonej została w 2011 roku wprowadzona do kilkuset aktywnych punktów sprzedaży. Tak znaczący wzrost był możliwy dzięki pozyskaniu nowych partnerów biznesowych, m.in. grupy Getin Noble Bank oraz banków spółdzielczych.



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



## FOREIGN MARKETS FOR COINS

In foreign trade, in 2011 the activities of the Mint of Poland focused on the following areas:

- production of collector coins directly to the request of foreign issuers and customers;
- production and distribution of collector coins issued by foreign issuers for the purposes of international programs for the collectors (so-called “royalty” projects);
- production and distribution of collector coins issued by foreign issuers mainly for the Polish market;
- sale of coins issued by National Bank of Poland.
- sale of collector coins of other issuers in re-export.
- sale of investment coins of renown manufacturers.

Within the first area, the National Bank of the Republic of Belarus was the biggest partner of the Mint of Poland.

In the second area (“royalty” projects), the Mint of Poland worked with issuers such as: the National Bank of the Republic of Belarus, the Central Bank of Armenia, Andorra, Malawi and Niue Island. Coins produced as a part of “royalty” programs were then distributed by the Mint, as an exclusive distributor, in European, Ame-

rican, and Asian markets based on the cooperation with regular official distributors of the Mint of Poland. Among the key customers there were partners from Russia (mainly Sberbank), Germany, Ukraine and the United States. In 2011, trading with clients from outside Russia increased even further.

The “Royalty” projects span various subject matters matched to needs of individual distributors and are a good opportunity for The Mint to introduce technological novelties and original design solutions. During this period, the Mint of Poland produced a one-kilo gold coin dedicated to the beatification of John Paul II and introduced it to foreign markets. It should also be noted that the importance of complementary products, such as case designed specifically for single coins or series, is still growing.

The largest foreign clients for coins issued by the National Bank of Poland in the discussed period included distributors from the Russian, German, Ukrainian, and American markets. In this area of activities, the Mint acted as a secondary distributor – i.e. selling the coins purchased from the National Bank of Poland.

There were also further re-export transactions carried out. They included foreign collector coins purchased in the issuer’s country and sold to foreign clients.

## ZAGRANICZNY RYNEK MONET

W obrocie zagranicznym w 2011 roku działalność Mennicy Polskiej S.A. skupiała się na:

- produkcji monet kolekcjonerskich bezpośrednio na zamówienie zagranicznych emitentów i klientów,
- produkcji i dystrybucji monet kolekcjonerskich emitowanych przez zagranicznych emitentów na potrzeby międzynarodowych programów kolekcjonerskich (programy „royalty”),
- produkcji i dystrybucji monet kolekcjonerskich emitowanych przez zagranicznych emitentów z przeznaczeniem głównie na rynek krajowy,
- sprzedaży monet emitowanych przez Narodowy Bank Polski,
- sprzedaży monet kolekcjonerskich innych emitentów w reeksporcie,
- sprzedaży monet inwestycyjnych uznanych producentów.

W pierwszym obszarze największym kooperantem Mennicy był Narodowy Bank Republiki Białoruś.

W drugim (programy „royalty”) Mennica współpracowała z takimi emitentami, jak: Narodowy Bank Republiki Białoruś, Centralny Bank Armenii, Andora, Malawi oraz Niue Island. Monety produkowane w ramach programów „royalty” były następnie rozprowadzane przez Mennicę, jako wyłącznego dystrybutora, na rynkach europejskich, amerykańskich i azjatyckich we współpracy ze stałymi, oficjalnymi dystrybutorami Mennicy Polskiej S.A. Do największych odbiorców należeli part-

nerzy z Rosji (głównie Sberbank) oraz Niemiec, Ukrainy i Stanów Zjednoczonych. W 2011 roku nastąpiło dalsze zwiększenie obrotów z klientami spoza Rosji.

Programy „royalty” umożliwiają Spółce wprowadzanie różnorodnej tematyki dostosowanej do potrzeb jej partnerów-dystrybutorów oraz pozwalają na szerokie stosowanie innowacji technicznych i oryginalnych rozwiązań projektowych. W omawianym okresie Mennica wyprodukowała kilogramową złotą monetę poświęconą beatyfikacji Jana Pawła II i wprowadziła ją do sprzedaży na rynkach zagranicznych. Warto również podkreślić, że rośnie znaczenie produktów komplementarnych, takich jak etui zaprojektowane specjalnie dla poszczególnych monet lub serii.

Do największych zagranicznych odbiorców monet emitowanych przez Narodowy Bank Polski należeli w omawianym okresie dystrybutorzy z rynku rosyjskiego, niemieckiego, ukraińskiego oraz amerykańskiego. W tym obszarze działalności Mennica pełniła funkcję wtórnego dystrybutora – odsprzedawała monety zakupione w Narodowym Banku Polskim.

Przeprowadzono także kolejne transakcje reeksportowe. Obejmowały one zagraniczne monety kolekcjonerskie, głównie chińskie, kupowane w kraju emitenta i sprzedawane odbiorcom zagranicznym.



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



### Michel Platini, 100 Dram, Królowie futbolu

nominal 100 dram, próba Ag 925, stempel lustrzany z tampondrukiem, średnica 28,61 mm, projektant: Robert Kotowicz  
**Michel Platini, 100 Drams, Kings of Football**  
face value 100 Drams, metal Ag 925, finish proof with pad printing, dimensions 28,61 mm, designer: Robert Kotowicz



## FOREIGN MARKETS FOR OTHER MINT PRODUCTS

### **Jajo Księżnej Marlborough, 2 Dolary, Seria: Carskie Jaja Fabergé**

Nominał 2 dolary Niue Island, próba Ag 925, stempel  
lustrzany z cyrkoniami, wymiary 41.6 mm x 55.6 mm,  
projektant: Robert Kotowicz

### **The Duchess of Marlborough Egg, 2 Dollars, Imperial Fabergé Eggs**

face value 2 Dollars Niue Island, metal Ag 925, finish  
proof with zircons, dimensions 41.6 mm x 55.6 mm,  
designer: Robert Kotowicz



Unused capacity in mint industry all over the world results in a fierce competition on markets for mint products. As a consequence of additional costs of foreign exchange and no limitations to producers, the winners on the market of the discussed products are usually local producers. The Mint of Poland involvement in 2009 on that market segment was significantly less than involvement on the segment of monetary products. Projects completed by the company in this area concerned mainly medals and tokens.

Distribution of products manufactured by the Mint of Poland in foreign markets was directed at wholesalers as well as retailers. Majority of the wholesalers are official distributors of the Company. The Mint delivered products and trade commodities to recipients in Europe, North America, Asia and Australia. The list of the Mint of Poland distributors in the discussed period increased, as compared to the previous period, by about 10%.

## ZAGRANICZNY RYNEK POZOSTAŁYCH PRODUKTÓW MENNICZYCH

Rynek ten charakteryzuje się wciąż bardzo silną konkurencją w związku z istniejącymi wolnymi mocami produkcyjnymi w światowym sektorze mennicznym. Ze względu na dodatkowe koszty wymiany zagranicznej i brak ograniczeń dla producentów na rynku omawianych produktów, najczęściej zwyciężają lokalni producenci. W omawianym okresie Mennica uczestniczyła w znacznie mniejszym zakresie w tym rynku niż w obszarze monetarnym. Projekty realizowane przez Spółkę w tym segmencie dotyczyły głównie medali i żetonów.

Dystrybucja produktów Mennicy na rynkach zagranicznych skierowana była zarówno do odbiorców hurtowych, jak i indywidualnych. Większość odbiorców hurtowych Spółki ma status oficjalnych dystrybutorów. Mennica Polska S.A. dostarczała swoje produkty i towary handlowe do kontrahentów w Europie, Ameryce Północnej oraz Azji i Australii. Liczba dystrybutorów produktów Mennicy Polskiej S.A. w omawianym okresie wzrosła w stosunku do poprzedniego o ok. 10%.



### **Biedronka, 1 Dolar, Monety na szczęście**

nominał 1 dolar Niue Island, próba 925 Ag, stempel lustrzany z tampondrukiem, wyblyszczaniem oraz elementem filigranowym, średnica 41 mm, projektant: Dobrochna Surajewska

### **Ladybird, 1 Dollar, Lucky Coins**

face value 1 Dollar Niue Island, metal Ag 925, finish proof with pad printing, shiny flower and filigree insert, dimensions 41 mm, desinger: Dobrochna Surajewska



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.





## DOMESTIC MARKET FOR SERVICES RELATED TO MODERN ICT TECHNOLOGIES

It is the new products and services market, not only nationally but also worldwide, related in particular to the use of proximity cards as a carrier for municipal services and products.

In the light of further dynamic development of the payment services, including use of proximity cards, top-up market of GSM mobile phone pre-paid payments and derivatives associated therewith, the Electronic Payments Division continued to develop the sales network by offering solutions based on recent channel coding, as well as sought the improvement of technical infrastructure. These actions resulted in launching new sales channels and the expansion of those already existing.

Distribution within the sale of services encoded on the proximity cards, and GSM mobile phone pre-paid payments were made through a network built by the Electronic Payments Division of the Mint of Poland.

The sales network is based on the use of various distribution channels. In large part it is based on the cooperation of fragmented retail market, network market (Ruch, Kolporter, Poczta Polska, WSS Spofem and other local networks) as well as the wholesale market. Sales Offices cooperating with the Mint of Poland are equipped with the terminals allowing for coding of all offered products. An innovation is the use of an additional peripheral device, which is the printer allowing for printing single tickets in the sales point. During this

period, through a network of terminals belonging to the Mint of Poland the following products were offered on the market: public transport tickets encoded on the City Cards (Warsaw, Jaworzno, Suwałki, Radom, Lublin, Wrocław, Bydgoszcz, Łomianki, Łódź, Gdańsk), GSM mobile phone pre-paid payments and VoIP, and prepaid parking services encoded on the City Cards. Currently, the network includes over 2,400 PSD of an Electronic Ticket Service in Warsaw, Jaworzno, Suwałki, Lublin, Wrocław, Łódź and Bydgoszcz City Card, more than 1,900 single points offering the pre-paid service and 1600 points in the network RUCH S.A. Optimization activities are planned, involving the liquidation of unprofitable PSD and moving equipment to more effective from the turnover perspective points of sale. In relation to Warsaw, Lublin, Bydgoszcz and Wrocław City Card the distribution was also performed through a network of self-service machines. The additional sales channel were mobile vending machines installed in public transport vehicles, offering the sale of single tickets.

In 2011 the Electronic Payments Division focused its activities on the following projects:

- The Warsaw Public Transport Authority (ZTM)

Warsaw City Card is a system for charging fees for city services based on a proximity card according to the Mifare standard. However, the applications supported at present include also: municipal clerk electronic ID

## KRAJOWY RYNEK USŁUG ZWIĄZANYCH Z NOWOCZESNYMI TECHNOLOGIAMI TELEINFORMATYCZNYMI

Jest to rynek produktów i usług nowych nie tylko w skali kraju, ale również na świecie, związany w szczególności z wykorzystywaniem kart zbliżeniowych jako nośnika usług i produktów miejskich.

W związku z dalszym dynamicznym rozwojem rynku usług płatniczych, w tym wykorzystania kart zbliżeniowych, rynkiem doładowań pre-paid telefonii komórkowej GSM i pochodnymi usługami z nimi związanymi, Pion Płatności Elektronicznych kontynuował rozbudowę sieci sprzedaży, oferując rozwiązania oparte na nowszych kanałach kodowania, jak również zabiegał o polepszanie infrastruktury technicznej. Te działania spowodowały uruchomienie nowych kanałów sprzedaży oraz rozbudowę już istniejących.

Dystrybucja w zakresie sprzedaży usług kodowanych na kartach zbliżeniowych oraz doładowań pre-paid telefonii komórkowej GSM odbywała się poprzez sieć zbudowaną przez Pion Płatności Elektronicznych Mennicy Polskiej S.A.

Sieć sprzedaży oparta jest na wykorzystaniu różnorodnych kanałów dystrybucji. W głównej mierze polega na współpracy z rozdrobnionym rynkiem detalicznym, rynkiem sieciowym (Ruch, Kolporter, Poczta Polska, WSS Spółem, inne sieci lokalne), jak również rynkiem hurtowym. Placówki sprzedaży współpracujące z Mennicą wyposażone są w terminale pozwalające na kodowanie wszystkich oferowanych produktów. Nowością jest zastosowanie dodatkowego urządzenia peryferyjnego, jakim jest drukarka pozwalająca na drukowanie

w punkcie sprzedaży biletów jednorazowych. W omawianym okresie poprzez sieć terminali należących do Mennicy Polskiej S.A. oferowane były na rynku takie produkty, jak: bilety komunikacji miejskiej kodowane na kartach miejskich (Warszawa, Jaworzno, Suwałki, Radomsko, Lublin, Wrocław, Bydgoszcz, Łomianki, Łódź, Gdańsk), doładowania pre-paid telefonii komórkowej GSM i VoIP oraz przedpłaty parkingowe kodowane na kartach miejskich. Obecnie sieć obejmuje przeszło 2400 punktów sprzedaży detalicznej (PSD) z usługą biletu elektronicznego na kartach miejskich: warszawskiej, jaworznińskiej, suwalskiej, lubelskiej, wrocławskiej, łódzkiej i bydgoskiej, ponad 1900 punktów indywidualnych z usługą pre-paid oraz 1600 punktów znajdujących się w sieci Ruch S.A. Zaplanowane są działania optymalizacyjne, polegające na likwidacji nierentownych PSD i przesunięciu urządzeń do lepszych pod względem obrotów punktów sprzedaży. W odniesieniu do kart miejskich: warszawskiej, lubelskiej, bydgoskiej oraz wrocławskiej, dystrybucja odbywała się również poprzez sieć automatów samoobsługowych. Dodatkowym kanałem sprzedaży były automaty mobilne instalowane w pojazdach komunikacji miejskiej oferujące sprzedaż biletów jednorazowych.

Pion Płatności Elektronicznych w 2011 roku koncentrował swoją działalność na następujących projektach:

- ZTM Warszawa

Warszawska Karta Miejska to system poboru opłat za usługi miejskie oparty na karcie zbliżeniowej w standar-



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



**Wrocławska Karta Miejska URBANCARD.**

**Wrocław city card URBANCARD.**



card, college student electronic ID card, “Common Ticket” recognized by KM, SKM and WKD railways, Park & Ride ID card. In the analyzed period, modern self-service vending machines started to be used, enabling purchasing of all types of public transport tickets. In cooperation with the Warsaw Public Transport Authority (ZTM), several projects are currently being implemented that aim to increase sales, reinforce the market position of the Mint of Poland against the competition and strengthen cooperation with the Warsaw Public Transport Authority.

#### ■ Wrocław URBANCARD

The project was launched in May 2010. Since June 2011, the Mint of Poland has been managing the full product portfolio and offers sale of short and long-term tickets, one-way tickets and railway surcharge. With a view to further develop the network, a contract with the network partners was signed, as well as dozens of individual PSD were gathered. The cooperation with wholesalers was also established for the sale of paper tickets.

#### ■ Lublin City Card

In this period, development of the Lublin City Card system continued. Currently, the sales network is based on terminals in retail outlets, stationary machines and mobile phones. In this period, implementation of selling season tickets in electronic format by means of new distribution channels continued. During this period, the sales network was enlarged by about 10%.

#### ■ Bydgoszcz City Card

During this period, development of the Bydgoszcz City Card system continued. Currently, the sales network is

based on terminals in retail outlets, stationary machines and mobile phones. During this period, the sales network was enlarged by about 50%.

#### ■ Jaworzno City Card

During this period, the implementation of the agreement continued. In January 2011, an annex to the agreement with Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Jaworzno Sp. z o.o. was signed, which extended the agreement with the Mint of Poland currently in force for the next 12 months.

#### ■ Gdańsk City Card

During this period, distribution of public transport tickets through a network of 50 ticket vending machines was implemented in Gdańsk.

#### ■ Łódź – periodic e-ticket – so called “e-migawka”

Under the agreement stipulated in this period with Miejskie Przedsiębiorstwo Komunikacyjne Sp. z o.o., a system supporting electronic season tickets was implemented.

#### ■ Distribution of public transport tickets via mobile phones

In 2011, the distribution of public transport tickets was carried out via mobile phones (“call ticket”). It is a future-oriented sales channel which does not require capital expenditures. In this period, distribution through this channel was conducted in the following cities: Warsaw, Wrocław, Biała Podlaska, Bydgoszcz, Inowrocław, Lublin, Puławy, Rzeszów, Radom, and also in the Masovian Railways.

dzie Mifare. W chwili obecnej system obsługuje aplikację biletu okresowego, aplikację parkingową, elektroniczny identyfikator urzędnika, elektroniczne legitymacje studenckie, „wspólny bilet” z operatorami kolejowymi (KM i WKD) oraz uprawnienia do korzystania z parkingów w programie „Parkuj i jedź”. W analizowanym okresie uruchamiane były nowoczesne automaty samoobsługowe, umożliwiające zakup wszystkich typów biletów komunikacji miejskiej. W ramach współpracy z warszawskim ZTM realizowanych jest obecnie kilka projektów, które mają prowadzić do wzrostu sprzedaży, umocnienia pozycji rynkowej Mennicy względem konkurencji oraz dalszego pogłębiania współpracy z tym przewoźnikiem.

- Wrocławska Karta Miejska URBANCARD

Projekt został uruchomiony w maju 2010 roku. Od czerwca 2011 roku Mennica zarządza pełnym portfolio produktowym i oferuje sprzedaż biletów krótko- i długookresowych, jednorazowych oraz dopłaty kolejowe. Mając na uwadze dążenie do dalszego rozwoju sieci, podpisano umowę z partnerami sieciowymi, jak również pozyskano ponadplanowo kilkadziesiąt indywidualnych PSD. Nawiązano również współpracę z hurtowniami w zakresie sprzedaży biletów papierowych.

- Lubelska Karta Miejska

W omawianym okresie kontynuowano rozwój systemu Lubelskiej Karty Miejskiej. Sieć sprzedaży oparta jest obecnie na terminalach w punktach sprzedaży detalicznej, automatach stacjonarnych oraz telefonach komórkowych. Trwały też prace nad wdrożeniem sprzedaży biletów okresowych w formie elektronicznej za pomocą nowych kanałów dystrybucji. Nastąpiło powiększenie sieci sprzedaży o ok. 10%.

- Bydgoska Karta Miejska

W 2011 roku kontynuowano rozwój systemu Bydgoskiej Karty Miejskiej. Sieć sprzedaży oparta jest obecnie na terminalach w punktach sprzedaży detalicznej, automatach stacjonarnych oraz telefonach komórkowych. W omawianym okresie nastąpiło powiększenie sieci sprzedaży o ok. 50%.

- Jaworznicza Karta Miejska

Kontynuowano realizację postanowień umowy. W styczniu 2011 roku został podpisany aneks z Przedsiębiorstwem Komunikacji Miejskiej Jaworzno Sp. z o.o. przedłużający dotychczasową umowę z Mennicą Polską S.A. na kolejne 12 miesięcy.

- Gdańska Karta Miejska

W omawianym okresie uruchomiono dystrybucję biletów komunikacji miejskiej w Gdańsku poprzez sieć 50 automatów biletowych.

- Łódź – okresowy bilet elektroniczny, tzw. e-migawka

W ramach umowy z Miejskim Przedsiębiorstwem Komunikacyjnym Sp. z o.o. w 2011 roku wdrożono system obsługujący elektroniczne bilety okresowe.

- Dystrybucja biletów komunikacji miejskiej poprzez telefony komórkowe

Wciąż prowadzona była dystrybucja biletów komunikacji miejskiej poprzez telefony komórkowe („bilet telefoniczny”). Jest to przyszłościowy kanał sprzedaży, niewymagający nakładów inwestycyjnych. W analizowanym okresie dystrybucja w tym segmencie była prowadzona w następujących miastach: Warszawa, Wrocław, Białą Podlaska, Bydgoszcz, Inowrocław, Lublin, Puławy, Rzeszów, Radom, a także w Kolejach Mazowieckich.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.



## GEOGRAPHICAL SALES STRUCTURE

In 2011, the main share of the revenue of the Mint of Poland was domestic sale (over 92%). Compared to 2010 the share of export increased from 6.1% to 7.7%

### Revenues of the Mint of Poland divided by domestic and foreign customers – 2010-2011

Category	2011		2010		2011/2010
	Amount [PLN]	Share [%]	Amount [PLN]	Share [%]	Dynamics [%]
I. Domestic sales	803,705,362	92.26	647,168,093	93.91	124.19
Ready-made products	221,567,605	25.44	173,978,400	25.25	127.35
Commercial goods and materials	549,981,881	63.14	450,718,964	65.41	122.02
Services	32,155,876	3.69	22,470,728	3.26	143.10
<b>II. Export</b>	<b>67,403,318</b>	<b>7.74</b>	<b>41,939,728</b>	<b>6.09</b>	<b>160.71</b>
Ready-made products	55,995,893	6.43	34,644,097	5.03	161.63
Commercial goods and materials	10,957,849	1.26	6,986,817	1.01	156.84
Services	449,576	0.05	308,815	0.04	145.58
<b>TOTAL SALES</b>	<b>871,108,680</b>	<b>100.00</b>	<b>689,107,821</b>	<b>100.00</b>	<b>126.41</b>

For many years, a key customer of the Mint of Poland has been the National Bank of Poland. The value of contract with the National Bank of Poland in 2011 amounted to 80 million PLN. The table with other major customers of the Mint of Poland has been present

in the Management Report for 2011, the Company has sent to the stock exchange. It is available on the website: [www.mennica.com.pl](http://www.mennica.com.pl)

## GEOGRAFICZNA STRUKTURA SPRZEDAŻY

W 2011 roku główny udział w przychodach Mennicy Polskiej S.A. stanowiła sprzedaż krajowa (ponad 92%). W stosunku do 2010 roku udział eksportu zwiększył się z 6,1 do 7,7%.

### Przychody Mennicy Polskiej z podziałem na odbiorców krajowych i zagranicznych, lata 2010–2011

Kategoria	2011		2010		2011/2010
	wartość [PLN]	struktura [%]	wartość [PLN]	struktura [%]	dynamika [%]
<b>I. Sprzedaż krajowa</b>	<b>803 705 362</b>	<b>92,26</b>	<b>647 168 093</b>	<b>93,91</b>	<b>124,19</b>
Wyroby gotowe	221 567 605	25,44	173 978 400	25,25	127,35
Towary handlowe i materiały	549 981 881	63,14	450 718 964	65,41	122,02
Usługi	32 155 876	3,69	22 470 728	3,26	143,10
<b>II. Sprzedaż eksportowa</b>	<b>67 403 318</b>	<b>7,74</b>	<b>41 939 728</b>	<b>6,09</b>	<b>160,71</b>
Wyroby gotowe	55 995 893	6,43	34 644 097	5,03	161,63
Towary handlowe i materiały	10 957 849	1,26	6 986 817	1,01	156,84
Usługi	449 576	0,05	308 815	0,04	145,58
<b>SPRZEDAŻ OGÓŁEM</b>	<b>871 108 680</b>	<b>100,00</b>	<b>689 107 821</b>	<b>100,00</b>	<b>126,41</b>

Kluczowym klientem Mennicy Polskiej od lat pozostaje Narodowy Bank Polski. Wartość zamówień z Narodowego Banku Polskiego na 2011 rok wynosiła 80 mln zł. Tabela przedstawiająca innych ważnych klientów Men-

nicy Polskiej została zawarta w sprawozdaniu Zarządu za 2011 rok, który Spółka skierowała na giełdę. Jest dostępna na stronie [www.mennica.com.pl](http://www.mennica.com.pl).



## DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE COMPANY

Strong points of the Mint that may positively influence its future growth include:

- a) More than 200-years-long tradition in coin production, vast experience in unique mint techniques and technologies.
- b) Reputation of a reliable supplier of high-quality products and a reliable buyer with strong financial position.
- c) Experienced and highly professional staff fully integrated with the company.
- d) High technical level of equipment in the mint production part of the Company (comparable with the best European mints), as well as technological know-how of the Company staff.
- e) Development of new products in the area of electronic payment systems.
- f) Variety of products and services related to the Municipal Card project and/or other high-tech projects.
- g) Management system deployed in the Company since 1999 and certified by TÜV Thüringen. The certifying body has confirmed that The Mint of Poland deployed and is using an integrated management system in production/development of mint products and electronic payment system services. The integrated management system includes the following:
  - quality management according to PN-EN ISO 9001: 2001
  - environmental management according to PN-EN ISO 14001: 2005, and 2005
  - health and safety at work management according to OHSAS/PN-N-18001: 2004.

The weak points of the Mint of Poland include rather narrow circle of customers in the key sales markets, and a small share of exports in sales. The Company managers are working on extension of the customer base both in Poland and in other countries.

## PERSPEKTYWY ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI

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

- a) ponadwustuletnia tradycja produkcji monetarnej, gwarantująca doświadczenie produkcyjne i techniczne w zakresie unikalnych technologii mennicznych,
- b) reputacja Mennicy Polskiej S.A. jako niezawodnego dostawcy wysokiej jakości produktów i solidnego odbiorcy o mocnej pozycji finansowej,
- c) doświadczona i zintegrowana z przedsiębiorstwem kadra o wysokich kwalifikacjach zawodowych,
- d) wysoki poziom wyposażenia technicznego w części menniczej, porównywalny z osiąganym w najlepszych mennicach europejskich, oraz duże kompetencje technologiczne Spółki,
- e) rozwój nowych produktów w dziedzinie elektronicznych płatności,
- f) dywersyfikacja produktów i usług związanych z projektem „Karta miejska” oraz innymi projektami związanymi 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, a także 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.



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.





## STRATEGIC OBJECTIVES OF THE DEVELOPMENT OF THE MINT OF POLAND

- 1) To focus operations on the core business (i.e. on mint production) by means of:
  - maintaining Company position on domestic market of circulation/collector coins
  - intensifying sales of circulation/collector coins on selected foreign markets.
- 2) To continue expansion on the electronic payment system market.

### **To meet the above goals the Mint will have to:**

- 1) maintain or extend technical, organizational and human resources
- 2) maintain strategic competitive edge in basic product groups
- 3) counteracting against negative impact of production processes on the environment.

The following initiatives (shown as broke down into individual fields) are planned within framework of the above strategy:

### **Strategic tasks within the market field include:**

to maintain dominating position on markets for strategic product groups; to steadily expand the Mint's share on markets for modern ICT services (development of the "Municipal Card" project); and to continue establishing strong market position for the "The Mint of Poland" brand associated with a notion of a reliable supplier of high-quality products. Tasks planned for individual product groups include:

- 1) To intensify acquisition of orders for manufacture of circulation/collector coins on potentially accessible foreign markets (e.g. in countries which do not run their own mints or run mints without modern technologies necessary for mint production).
- 2) To try to broaden numismatic hobby tradition in Poland to increase volume of orders for collector coins.
- 3) To help to expand retail trade in the field of medals/engraved products.
- 4) To strengthen/improve relations with key trade partners both home and abroad.
- 5) To deploy subsequent applications for Municipal Cards.

### **Organization/management**

The main strategic task within the organization and management field is to continue deployment and to improve quality management methods compatible with ISO standards. In particular this should be accomplished by means of:

- 1) Introducing a management system that would implement some value management methods.
- 2) Developing a better work and pay motivation system.

## CELE STRATEGICZNE ROZWOJU MENNICY POLSKIEJ

- 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 tych 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 rynekowym:

Głównymi zadaniami strategicznymi w obszarze rynekowym jest utrzymanie mocnej, dominującej pozycji rynkowej strategicznych grup produktowych, konsekwentne zwiększanie udziału w rynku usług opartych na nowoczesnych technologiach teleinformatycznych

– 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 zakresie potencjalnych rynków eksportu monet obiegowych i kolekcjonerskich, tzn. państw nieposiadających własnych mennic lub niedysponujących nowoczesnymi technologiami produkcji monet,
- 2) podjęcie prób rozszerzenia tradycji numizmatycznych w Polsce, których efektem byłby wzrost zamówień na monety kolekcjonerskie,
- 3) rozwój handlu detalicznego w zakresie wyrobów grawersko-medalerskich,
- 4) umacnianie i dalszą poprawę współpracy z kluczowymi partnerami handlowymi Spółki w kraju i za granicą,
- 5) wdrażanie kolejnych aplikacji dla Karty Miejskiej.

### W obszarze organizacji i zarządzania:

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

- 1) ulepszanie systemu zarządzania, pozwalającego na stosowanie metod zarządzania wartością,
- 2) budowę motywacyjnych systemów pracy i wynagradzania.



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



## Technology/production:

- 1) To introduce new technologies of coin production.
- 2) To tighten technological co-operation with domestic and foreign suppliers of metal disks used to manufacture coins in order to secure supply of semi-products necessary for manufacture of technologically advanced coins.
- 3) To systematically introduce up-to-date IT solutions to technology of production in order to optimize product quality and to minimize the production costs.

## THE FUTURE OF THE MINT OF POLAND – EXTERNAL FACTORS

The most important external factors that impact operations of the Mint of Poland include:

- a) demand of the market for new circulation and collector coins,
- b) power of possible competitors in the market of mint products,
- c) inflation rate in Poland, which will influence the amount of money in circulation and the demand for coins,
- d) improvement of the banking service system and the introduction of cashless transactions, what may limit the number of transactions using coins and result, indirectly, in their slower wear,
- e) the rate of implementing electronic tickets in other agglomerations in Poland,
- f) development of the system of cashless micro-payments and pre-paid transactions, what results in greater interest in the functions of Electronic Wallet,
- g) situation on foreign markets for numismatic products and potential export markets for circulation coins,
- h) currency integration of the European Union member states and Poland's accession to the EURO zone, what will stimulate demand for the production of EURO coins.

### **W sferze technologiczno-produkcyjnej:**

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



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

## **PRZYSZŁOŚĆ MENNICY POLSKIEJ – CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE**

Do najważniejszych czynników zewnętrznych związanych ze specyfiką działalności Mennicy Polskiej należą:

- a) zapotrzebowanie rynku na nowe monety obiegowe i kolekcjonerskie,
- b) siła potencjalnych konkurentów na rynku produktów mennicznych,
- c) poziom inflacji w Polsce, od którego zależy będzie ilość pieniędzy znajdujących się w obiegu oraz zapotrzebowanie na monety,
- d) 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,
- e) tempo wdrażenia elektronicznych biletów w pozostałych aglomeracjach w Polsce,
- f) rozwój systemu mikropłatności bezgotówkowych i transakcji przedpłaconych powodujący wzrost zainteresowania funkcjami elektronicznej portmonetki,
- g) sytuacja na zagranicznych rynkach wyrobów numizmatycznych i potencjalnych eksportowych rynkach zbytu monet obiegowych,
- h) integracja walutowa państw członkowskich Unii Europejskiej oraz przystąpienie Polski do strefy euro, co stymulować będzie zapotrzebowanie na produkcję monet euro.



## THE ECONOMIC SITUATION OF THE MINT OF POLAND

In 2011, the Company generated higher operating result and net profit as compared to the previous year. Dynamic increase in sales of products and goods, characterized by relatively low margins, contributed to the slight decrease in the level of operating profitability. Changes in the level of liquidity and debt ratios indicators demonstrate the optimal working capital management based on continuous reinvestment of cash generated and the use of efficient sources of external

funding. The Mint of Poland is a company distinguished by high profitability and stable financial position.

Taking the current economic and financial situation of the Company into account, no threats of liquidity loss are predicted and no difficulties in punctual fulfillment of the Company's obligations are expected.

Details	2009	2010	2011
Net income from sales (in thousand PLN)	949,447	689,108	871,109
Return on sales	12.64%	7.39%	6.19%
Return on operating activities	12.46%	7.27%	6.07%
Return on economic activities	12.54%	2.66%	5.56%
Gross profitability	12.54%	2.66%	5.56%
Net profitability	10.09%	2.08%	4.45%
Return on assets (ROA)	20.74%	2.95%	7.83%
Return on equity (ROE)	25.51%	3.49%	10.60%

- a) *profitability indexes – ratios of relevant profit levels to net income from the sales of products, goods, and materials;*  
b) *return on assets (ROA) – a ratio of net profit to average assets (arithmetic mean of assets as at the opening and closing of the analyzed period);*  
c) *return on equity (ROE) – ratio of net profit to (arithmetic) mean of equity taken on beginning and end of the analyzed period.*

## SITUACJA EKONOMICZNA MENNICY POLSKIEJ

W 2011 roku Spółka wygenerowała wyższy wynik operacyjny i zysk netto w stosunku do roku poprzedzającego. Dynamiczny wzrost sprzedaży produktów i towarów charakteryzujących się stosunkowo niskimi marżami względnie przyczynił się do nieznacznego obniżenia się rentowności operacyjnej. Kształtowanie się poziomu wskaźników płynności finansowej oraz zadłużenia wskazuje na optymalne zarządzanie kapitałem obrotowym polegające na ciągłym reinwesto-

waniu wygenerowanej gotówki oraz wykorzystywaniu efektywnych źródeł zewnętrznego finansowania. Mennica Polska odznacza się wysoką zyskownością i stabilną pozycją finansową. Uwzględniając dotychczasową sytuację ekonomiczno-finansową Spółki, nie przewiduje się żadnego zagrożenia utratą płynności ani też wystąpieniem jakichkolwiek trudności w terminowej obsłudze zobowiązań.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

Wyszczególnienie	2009	2010	2011
Przychody ze sprzedaży netto (w tys. PLN)	949 447	689 108	871 109
Rentowność sprzedaży	12,64%	7,39%	6,19%
Rentowność działalności operacyjnej	12,46%	7,27%	6,07%
Rentowność działalności gospodarczej	12,54%	2,66%	5,56%
Rentowność brutto	12,54%	2,66%	5,56%
Rentowność netto	10,09%	2,08%	4,45%
Rentowność aktywów ogółem ROA	20,74%	2,95%	7,83%
Rentowność kapitału własnego ROE	25,51%	3,49%	10,60%

- a) wskaźniki rentowności – stosunek 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).



During this period there was an increase in sales as compared to the previous year. With the achieved rates of return, the increase in sales generated higher levels of performance for both operating and net profit. Lower rates of return on sales and operating profitability compared to 2010 were the consequence of the increase in the structure of revenues from the

sales of investment gold bars, as well as tickets encoded on the city cards, which inherently have lower margins compared to other products and services. Profitability indicator ratios which include also the financial activities segments (net profit margin, gross profit margin, ROA, ROE) have improved as compared to the preceding period.

To assess the liquidity of the Mint of Poland the following indicators were used:

### Financial liquidity indicators

Details	2009	2010	2011
Current ratio (CR)	2.8	2.1	1.4
Quick ratio (QR)	1.7	0.8	0.5
Immediate ratio	0.6	0.3	0.1

- The current ratio indicator (current assets to current liabilities ratio) shows company ability to pay their current liabilities using current assets,*
- The quick ratio indicator (current assets excluding reserves to current liabilities ratio) shows company ability to accumulate in a short period cash necessary to pay highly due liabilities,*
- The immediate ratio indicator (cash to current liabilities ratio) shows company ability to pay immediately due liabilities using cash at their disposal.*

As the result of more than twofold increase in current liabilities with a decrease in the level of cash at the end of the period, all liquidity ratios were reduced. Current ratio still retains a fairly safe level, while the quick ratio

amounted to 0.1. The current liquidity of the Company is additionally secured by the ability to use lines of credit within the current account (see 3.4).



W omawianym okresie nastąpiło zwiększenie się przychodów ze sprzedaży w stosunku do roku poprzedzającego. Przy osiągniętych wskaźnikach rentowności wzrost sprzedaży przełożył się na wygenerowanie wyższych poziomów zarówno wyniku operacyjnego, jak i wyniku finansowego netto. Niższe wskaźniki rentowności sprzedaży oraz rentowności działalności operacyjnej w stosunku do roku 2010 były konsekwen-

cją zwiększenia się w strukturze przychodów ze sprzedaży złotych sztabek inwestycyjnych, jak również biletów kodowanych na kartach miejskich, które z natury charakteryzują się niższymi marżami w stosunku do pozostałych produktów i usług. Wskaźniki rentowności uwzględniające również segmenty działalności finansowej (rentowność netto, brutto, ROA, ROE) natomiast się poprawiły w porównaniu z okresem poprzedzającym.

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

### Wskaźniki płynności

Wyszczególnienie	2009	2010	2011
Wskaźnik bieżącej płynności (CR)	2,8	2,1	1,4
Wskaźnik płynności szybkiej (QR)	1,7	0,8	0,5
Wskaźnik natychmiastowy	0,6	0,3	0,1

- 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 dostępnych środków pieniężnych.*

Na skutek ponaddwukrotnego wzrostu stanu zobowiązań krótkoterminowych, przy jednoczesnym spadku poziomu gotówki na koniec omawianego okresu, obniżeniu uległy wszystkie wskaźniki płynności. Wskaźnik bieżącej płynności w dalszym ciągu zachowuje dość

bezpieczny poziom, natomiast wskaźnik płynności szybkiej ukształtował się na poziomie 0,1. Bieżąca płynność Spółki jest dodatkowo zabezpieczona możliwością korzystania z linii kredytowych w rachunku bieżącym.





## DEBT RATING

To assess the level of debts of the Mint of Poland as well as the financing structure of its assets, the indicators presented in the table below were used:

### Indebtedness indicators

Details	2009	2010	2011
General indebtedness	14.47%	16.40%	35.16%
Equity indebtedness	16.92%	19.62%	54.22%
Equity-to-fixed-assets ratio	85.53%	83.60%	64.84%
Long-term indebtedness	0.21%	0.13%	6.83%

- a) *The general indebtedness indicator (liabilities to assets ratio) shows fraction of operations financed by external sources*
- b) *The equity indebtedness indicator is the liabilities to equity ratio*
- c) *The equity-to-fixed-assets ratio shows how much own means are used to finance operations*
- d) *The long-term indebtedness indicator (long-term liabilities to assets ratio) show long-term liabilities in operations*

Compared to the end of the corresponding period of the previous year the total debt ratio has increased significantly. The Company's assets continue to be financed mostly by equity (nearly 65%). A significant

increase in the value of long-term debt ratio in this period is associated with the use of external sources of financing in the form of long-term credit.

## OCENA ZADŁUŻENIA

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

### Wskaźniki stopnia zadłużenia

Wyszczególnienie	2009	2010	2011
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	14,47%	16,40%	35,16%
Wskaźnik zadłużenia kapitału własnego	16,92%	19,62%	54,22%
Wskaźnik pokrycia majątku kapitałami własnymi	85,53%	83,60%	64,84%
Wskaźnik zadłużenia długoterminowego	0,21%	0,13%	6,83%

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

W stosunku do stanu na koniec analogicznego okresu roku poprzedzającego wskaźnik ogólnego zadłużenia dość znacznie się podniósł. Majątek Spółki w dalszym ciągu w większości finansowany jest kapitałem włas-

ny (prawie 65%). Znaczny wzrost wartości wskaźnika zadłużenia długoterminowego w omawianym okresie związany jest z korzystaniem z zewnętrznych źródeł finansowania w postaci kredytu długoterminowego.



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

## THE NUMISMATIC CABINET OF THE MINT OF POLAND

In 2011, the Numismatic Cabinet of the Mint of Poland presented its 73,107 showpieces (together with the collection of books) to more than 9,500 visitors. In 2011, the Numismatic Cabinet collection was enlarged by 190 items from the current minting production including coins, medals and tokens.



**The Numismatic Cabinet  
over 80 years ago.**

The Numismatic Cabinet showpieces graced numerous numismatic, cultural and even sporting exhibitions and events in our country.

“Royal Entourage” – the series of medals struck at the order of Stanisław August Poniatowski, the founder of the Warsaw Mint, along with the stamps were presented during the most important medal-making related exhibition – “Skarb z Kijowa” in the Łazienki Królewskie Museum. Apart from its silver version, which is owned by the Mint of Poland Numismatic Cabinet, for the first time in 200 years – a gold-struck royal gallery from the National Museum of History of Ukraine.

The medals and numismats of the Numismatic Cabinet were the part of the “Dwie Inflacje, dwie reformy” [Two Inflation, Two Reforms] exhibition in the museum of Leżajsk as well as open days of the National Bank of Poland in its branches in Opole, Rzeszów, Łódź and Zielona Góra and the mid-war stamps on the basis of which the replicas of test coins of the second Polish Republic were struck constituted the biggest attraction of the “Pieniądz rządzi...” [Money Rules...] exhibition in the museum of archeology and ethnography in Łódź.

The exhibits of the Numismatic Cabinet were also shown on the great gala of bikes during a picnic organized in commemoration of the 60th anniversary of the production of the first motorcycle in the Warsaw motorcycle plant and the 60th anniversary of establishing of the FSO plant as a part of the exhibition called “Motor industry on numismats and medals of the Mint of Poland.” The Numismatic Cabinet also prepared an exhibition called “Local ducat – the art of city promotion” at its premises which is not only a place for classes for children and the youth but also a meeting place for numismats enthusiasts and collectors both from Poland and abroad in the “Numismatic Afternoons” cycle.

For the fourth time now, the Numismatic Cabinet participated in the “Long Night of Museums” making it possible for 5.5 thousand of guests to see, free of charge, the most beautiful and the most amazing exhibits of both its historical and modern collection which is the testimony of state-of-the-art minting technology.

## GABINET NUMIZMATYCZNY MENNICY POLSKIEJ

Gabinet Numizmatyczny Mennicy Polskiej w 2011 r. zaprezentował swoje, liczące 73 107 eksponatów (wraz z księgozbiorem), zbiory ponad 9500 zwiedzającym. Jego zasoby powiększyły się w 2011 r. o 190 obiektów z bieżącej produkcji menniczej obejmującej monety, medale i żetony.

Eksponaty Gabinetu Numizmatycznego były ozdobą wielu wystaw i wydarzeń o charakterze numizmatycznym, kulturalnym, a nawet sportowym naszego kraju. „Świta królewska” – seria medali wybitych na zlecenie założyciela Mennicy Warszawskiej Stanisława Augusta Poniatowskiego wraz ze stemplami została zaprezentowana na najważniejszej wystawie medalierskiej „Skarb z Kijowa” w Muzeum Łazienki Królewskiej, na której obok wersji srebrnej, będącej własnością Gabinetu Numizmatycznego Mennicy Polskiej, po raz pierwszy od 200 lat pokazano „Złoty poczet królów polskich” z Narodowego Muzeum Historii Ukrainy.

Medale i numizmaty Gabinetu Numizmatycznego były częścią wystawy „Dwie inflacje, dwie reformy” w Muzeum Ziemi Leżajskiej, a także wystaw z okazji dni otwartych Narodowego Banku Polskiego w oddziałach w Opolu, Rzeszowie, Łodzi i Zielonej Górze, natomiast stemple okresu międzywojennego, na podstawie których wykonano repliki monet próbnych II Rzeczypospolitej, były największą atrakcją wystawy numizmatycznej „Pieniądz rządzi...” w Muzeum Archeologicznym i Etnograficznym w Łodzi.

Eksponaty ze zbiorów Gabinetu Numizmatycznego prezentowane były także na Wielkiej Gali Jedności-

dów w czasie pikniku zorganizowanego z okazji 60. rocznicy wyprodukowania pierwszego motocykla w Warszawskiej Fabryce Motocykli oraz 60. rocznicy utworzenia FSO w ramach wystawy „Motoryzacja na numizmatach i medalach Mennicy Polskiej”. Gabinet Numizmatyczny przygotował także wystawę „Dukat lokalny. Sztuka promocji miasta” w swojej siedzibie, która jest miejscem nie tylko zajęć dydaktycznych dla dzieci i młodzieży, ale także spotkań numizmatyków,



**Współczesny Gabinet  
Numizmatyczny Mennicy Polskiej.**

kolekcjonerów i pasjonatów numizmatyki z kraju i ze świata w ramach cyklu „Numizmatyczne popołudnia”.

Po raz czwarty Gabinet Numizmatyczny wziął udział w Nocy Muzeów, umożliwiając 5,5 tys. gości nieodpłatne poznanie najpiękniejszych i najbardziej niezwykłych eksponatów ze swoich zbiorów zarówno historycznych, jak i współczesnych, będących świadectwem najnowszych osiągnięć techniki menniczej.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.



## FOR THE SHAREHOLDERS, SUPERVISORY BOARD AND THE MANAGEMENT BOARD OF THE MINT OF POLAND

We have performed a review of the enclosed financial statements of The Mint of Poland seated in Warsaw, at Ul. Pereca 21 street, which consists in balance sheet prepared as at December 31, 2011, cash flow statement of changes in equity, profit and loss account for the period from January 1, 2011 to December 31, 2011 and notes to the financial statements.

The Company's Management Board is responsible for the financial statements submitted for review. The Company's Management Board and the Board of Supervisors are responsible for ensuring that the Financial Statements and the report on the Company's activities are prepared in accordance with the requirements stipulated in the act of September 29, 1994 on accounting (Journal of Laws of 2009 No. 152, item 1223 as amended), hereinafter referred to as the "Act on Accountancy."

Our task was to audit included financial statements and express opinion accompanied by the report stating whether the statements complied with applied principles (policy) of accountancy and whether the financial and property situation was presented in a clear and reliable manner as well as to make sure that the accounting books, which are the basis of the financial statements, are maintained in a proper way.

The audit of the financial statements was performed in accordance with the following decisions:

- 1) Chapter 7 of the Act on Accountancy
- 2) National standards of financial auditing issued by the National Chamber of Statutory Auditors in Poland.

The audit of the financial statements was planned and performed in order to obtain reasonable certainty allowing to express an opinion on the financial statements. In particular, the audit included assessment of the correctness of accounting principles (policy) applied by the Company and major estimations verifying – mainly on an irregular basis – accounting vouchers and entries in the accounting ledgers providing the basis for numbers and information included in the financial statements, as well as an overall evaluation of the financial statements.

We believe that the audit supplied us with sufficient data to express opinion.

In our opinion, the audited financial statements, in all its aspects:

- a) fairly and clearly presents all information crucial for the evaluation of the economic and financial situation of the audited Company as at 31 December 2011, as well as the financial result for the financial year beginning on 1 January 2011 and ending on 31 December 2011,

## DLA AKCJONARIUSZY, RADY NADZORCZEJ I ZARZĄDU MENNICA POLSKA S.A.

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 dnia 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 wrywkowy – 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 podstawy 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 na dzień 31 grudnia 2011 roku, jak też jej wyniku finansowego za rok obrotowy od 1 stycznia 2011 roku do 31 grudnia 2011 roku;



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.



**After more than 200 years after minting in the Warsaw Mint gold medals with the portraits of 22 monarchs of Poland for the first time came back to Poland.**

**Patron of the exhibition in Łazienki Królewskie Museum was the Mint of Poland.**

- b) were drawn up in accordance with the accounting principles described in the International Accounting Standards, International Financial Reporting Standards and the related interpretations announced in the form of executive regulations by the European Commission, and in the scope not defined in such Standards – in accordance with the requirements of the Act on Accountancy and executive regulations issued on its basis, as well as correctly kept accounting books,
- c) are in accordance with the rules of law and the provisions of the Articles of Association influencing the contents of the financial statements.

The entity's statement is complete in the meaning of Art. 49(2) of the Act on Accountancy and the information included therein is in conformity with the aforementioned Act.

For and on behalf of Mistery Audytor Spółka z .o.o.  
Warsaw ul. Stępińska 22/3

Entity entered on the list of entities authorized to audit financial under item 63.

**Key statutory auditor**

Barbara Misterska-Dragan  
Statutory Auditor No. 2581

**Vice-President of the Board**

Bożena Pawłowska-Krawczyk  
Statutory Auditor No. 11702

Warsaw, April 24, 2012

- 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 jednostki jest kompletne w rozumieniu art. 49 ust. 2 ustawy o rachunkowości, a zawarte w nim informacje pochodzące ze zbadanego sprawozdania finansowego są z nimi zgodne.

W imieniu Mistery Audytor Spółka z o.o.

Warszawa, ul. Stępińska 22/3

Podmiot wpisany na listę podmiotów uprawnionych do badania pod pozycją 63.

#### **Kluczowy biegły rewident**

Barbara Misterska-Dragan

Biegły Rewident nr 2581

#### **Wiceprezes Zarządu**

Bożena Pawłowska-Krawczyk

Biegły Rewident nr 11702

Warszawa, dnia 24 kwietnia 2012 roku



Po ponad 200 latach od wybitcia w Mennicy Warszawskiej złote medale z wizerunkami 22 monarchów Rzeczypospolitej pierwszy raz zawiły do Polski. Arcydzieło sztuki mincerskiej można było obejrzeć w Muzeum Łazienki Królewskie. Mecenasem wystawy była Mennica Polska.



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.





## SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ / STATEMENT OF FINANCIAL STANDING

w tys. PLN / in PLN thousands

	31.12.2011	31.12.2010	
<b>A.</b>	<b>AKTYWA TRWAŁE / NON-CURRENT ASSETS</b>	<b>334 219</b>	<b>343 991</b>
	Rzeczowe aktywa trwałe / Tangible fixed assets	108 901	113 227
	Wartości niematerialne / Intangible assets	1 963	2 584
	Nieruchomości inwestycyjne / Investment property	61 869	64 206
	Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych i współzależnych wycenianych metodą praw własności / Investments in associated and affiliated companies valued using the equity method	0	0
	Pozostałe inwestycje długoterminowe / Other long-term investments	156 959	161 386
	Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego / Deferred tax assets	3 376	2 549
	Pozostałe aktywa trwałe / Other non-current assets	1 151	39
	Przedpłata z tytułu wieczystego użytkowania / Prepayment for the right of perpetual usufruct	0	0
<b>B.</b>	<b>AKTYWA OBROTOWE / TOTAL NON-CURRENT ASSETS</b>	<b>178 918</b>	<b>133 123</b>
	Zapasy / Inventories	117 865	80 777
	Pozostałe inwestycje krótkoterminowe / Other short-term investments	0	0
	Należności z tytułu podatku dochodowego / Income tax receivable	1 011	714
	Należności handlowe oraz pozostałe / Trade and other receivables	50 830	33 761
	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty / Cash and cash equivalents	9 212	17 871
	Aktywa trwałe przeznaczone do sprzedaży / Fixed assets held for sale	0	0
	<b>AKTYWA RAZEM / TOTAL ASSETS</b>	<b>513 137</b>	<b>477 114</b>
	<b>PASYWA / EQUITY</b>		
<b>A.</b>	<b>KAPITAŁ WŁASNY / EQUITY</b>		
	Kapitał akcyjny / Share capital	59 138	59 138
	Akcje własne / Own shares	(-) 7 306	0
	Kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej / Share premium	14 047	14 047



	Elementy kapitału dotyczące aktywów przeznaczonych do sprzedaży / Equity relating to assets held for sale	0	0
	Kapitał rezerwowý z aktualizacji wyceny / Revaluation reserve	33 214	38 724
	Pozostałe kapitały rezerwowe / Other capital reserves	202 165	279 935
	Różnice kursowe z przeliczenia jednostek podporządkowanych / Foreign exchange differences arising in subsidiaries	0	0
	Zyski zatrzymane / Retained earnings	31 483	7 012
	<b>Kapitał własny razem / TOTAL EQUITY</b>	<b>332 741</b>	<b>398 856</b>
<b>B.</b>	<b>ZOBOWIĄZANIA / LIABILITY</b>		
	Zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek oraz innych instrumentów dłużnych / Credits, loans and other debt instruments	34 747	0
	Zobowiązania z tytułu świadczeń pracowniczych / Employee benefits	2 328	2 257
	Zobowiązania z tytułu leasingu finansowego / Finance lease	312	635
	Rezerwy / Provisions	0	0
	Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego / Deferred tax provision	9 011	10 252
	<b>Zobowiązania długoterminowe razem / TOTAL LONG-TERM LIABILITIES</b>	<b>46 398</b>	<b>13 144</b>
	Kredyt w rachunku bieżącym / Overdraft	0	0
	Zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek oraz innych instrumentów dłużnych / Credits, loans and other debt instruments	26 017	670
	Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego / Income tax payable	356	316
	Zobowiązania handlowe oraz pozostałe / Trade and other payables	102 423	61 362
	Rezerwy / Provisions	5 202	2 766
	Zobowiązania związane z aktywami trwałymi przeznaczonymi do sprzedaży / Liabilities relating to fixed assets held for sale	0	0
	<b>Zobowiązania krótkoterminowe razem / SHORT-TERM LIABILITIES</b>	<b>133 998</b>	<b>65 114</b>
	<b>Zobowiązania razem / TOTAL LIABILITIES</b>	<b>180 396</b>	<b>78 258</b>
	<b>PASYWA RAZEM / TOTAL EQUITY AND LIABILITIES</b>	<b>513 137</b>	<b>477 114</b>



**SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW / STATEMENT OF COMPERHENSIVE INCOME**

w tys. PLN / in PLN thousands

	01.01 - 31.12.2011	01.01 - 31.12.2010
<b>Działalność kontynuowana / Continued activity activities</b>		
<b>Przychody netto ze sprzedaży / Net revenues from sales</b>	<b>871 109</b>	<b>689 108</b>
Przychody ze sprzedaży produktów i usług / Revenues from the sale of products and services	310 169	231 402
Przychody ze sprzedaży towarów i materiałów / Revenues from the sale of merchandise and materials	560 940	457 706
<b>Koszty własne sprzedaży / Cost of goods sold</b>	<b>785 835</b>	<b>610 056</b>
<b>Zysk (strata) brutto ze sprzedaży / Gross profit on sales</b>	<b>85 274</b>	<b>79 052</b>
Pozostałe przychody operacyjne / Other operating revenues	4 513	3 221
Koszty sprzedaży / Selling expenses	0	0
Koszty ogólnego zarządu / General administration costs	31 392	28 161
Pozostałe koszty operacyjne / Other operating costs	5 479	4 000
<b>Zysk (strata) na działalności operacyjnej / Profit on the operating activity</b>	<b>52 916</b>	<b>50 112</b>
Przychody finansowe / Financial revenues	3 664	9 373
Koszty finansowe / Financial expenses	8 189	41 159
<b>Wynik finansowy netto / Net result on the financial activities</b>	<b>(-) 4 525</b>	<b>(-) 31 786</b>
Udział w zyskach netto jednostek podporządkowanych wycenianych metodą praw własności / Share in the net profit of controlled entities valued using the equity method	0	0
<b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem / Profit before taxation</b>	<b>48 391</b>	<b>18 326</b>
<b>Podatek dochodowy / Income tax</b>	<b>9 619</b>	<b>4 025</b>
<b>Zysk (strata) z działalności kontynuowanej / Net profit</b>	<b>38 772</b>	<b>14 301</b>



<b>Działalność zaniechana / Discontinued activities</b>		
<b>Zysk na sprzedaży dotyczący działalności zaniechanej / Profit on sales relating to discontinued activities</b>		
<b>Zysk (strata) netto za rok obrotowy / Net profit for the financial year</b>	<b>38 772</b>	<b>14 301</b>
<b>Inne całkowite dochody za okres razem / Other total comprehensive income in period</b>	<b>(-) 6 802</b>	<b>61 432</b>
w tym / included		
- zmiany z tytułu przeliczania środków trwałych / Exchange gains on non-current resources	0	0
- zyski/straty z tytułu przeliczania aktywów finansowych dostępnych do sprzedaży / Profit/(loss) on exchange gains on financial assets available for sale non-current resources	(-) 6 802	61 432
Podatek dochodowy dotyczący składników innych całkowitych dochodów / Income tax expense on other comprehensive income	(-) 1 292	11 672
<b>Inne całkowite dochody netto/ Other total comprehensive income</b>	<b>(-) 5 510</b>	<b>49 760</b>
<b>CAŁKOWITE DOCHODY OGÓŁEM / TOTAL COMPREHENSIVE INCOME</b>	<b>33 262</b>	<b>64 061</b>
<b>Zysk (strata) netto przypadający na jedną akcję (w PLN) / Net profit per share (in PLN)</b>		
- podstawowy / Basic	0,66	2,42
- rozwodniony / Diluted	0,66	2,42
<b>Całkowite dochody ogółem przypadające na jedną akcję (w PLN) / Total comprehensive income on share (in PLN)</b>	<b>0,56</b>	<b>10,83</b>



## SOCIAL RESPONSIBILITY OF THE MINT OF POLAND

The Mint of Poland does not limit itself only to the activities of a business character. We help these ones who are in need through specialised organisations supporting children, the sick or disabled.

In 2011 – as usually – the minters of the Mint of Poland struck the little hearts for The Great Orchestra of Christmas Charity free of charge. We also prepared the coins associated with the XX Grand Finale of Orchestra (broadcast in 2012). On this occasion, in December 2011 the Mint of Poland hosted Jurek Owsiak and the President of the National Bank of Poland Marek Belka.

For the second time we took part in UNICEF's event "Change is up to you" ("Reszta w Twoich rękach"). It worked in such a way that the stores of large retail chains proposed struck at the Mint of Poland "good du-cats", whose denomination was the equivalent of PLN 5, to their customers. The aim of the campaign was to raise funds for the construction of schools and the education of children in Madagascar. Just as in 2010 the person who helped us was Magdalena Różyczka, UNICEF Goodwill Ambassador.

Last year we supported Jan Kiepora's Mazovian Music Theatre (Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury) in Warsaw under the sponsorship agreement. The Mint of Poland also funded 2000 tickets to Malbork Castle Museum (Muzeum Zamkowe w Malborku) for children attending primary schools. The tickets have the form of commemorative numismatic products valid for 25

years. The image captured on the numismatic products was selected in a competition for children and youth attracting over 160 participants from across the country. The aim of the competition was encouragement to visit museums and explore the history of Poland.

As in the previous years, we supported the organisers of the next XI edition of "Kiliński's Sabre" Wheelchair Fencing World Cup (Puchar Świata w Stermierce na Wózkach „Szabla Kilińskiego”) for which we minted 26 gold, 26 silver and 44 bronze medals free of charge.

We cooperated with the Foundation Food – the Gift of the Heart (Fundacja Pożywienie -Darem Serca), transferring the means necessary to prepare the Integration Picnic "Children without Borders" on Children's Day. We also supported the Polish Association of the Traditional Karate (Polski Związek Karate Tradycyjnego) that earmarked the cash donation from the Mint of Poland for the organization of a holiday stay in Poland for the group of children from Japan coming from the areas most affected by damage caused by the tsunami.

The Educational Centre for Blind Children (Ośrodek Szkolno-Wychowawczy dla Dzieci Niewidomych) in Łaski also received the financial support from the Mint of Poland which helped to purchase the equipment for the rebuilt after the fire teaching and boarding facilities for blind children.

We participated in the Open Days of the NBP, presenting tools which are used for decorating coins and medals. The enthusiasts of numismatics could see the

## SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ MENNICY POLSKIEJ

Mennica Polska nie ogranicza się jedynie do działalności o charakterze biznesowym. Niesiemy pomoc potrzebującym za pośrednictwem wyspecjalizowanych organizacji działających na rzecz dzieci, osób chorych czy niepełnosprawnych.

W 2011 roku – jak zwykle – mincerze Mennicy Polskiej nieodpłatnie wybijali serduszka dla Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Przygotowaliśmy także monety związane z XX Finałem Orkiestry (emisja w 2012 roku). Z tej okazji w grudniu 2011 roku Mennicę Polską odwiedzili Jurek Owsiak i Prezes Narodowego Banku Polskiego Marek Belka.

Po raz drugi uczestniczyliśmy w akcji UNICEF „Reszta w Twoich rękach”. Polegała ona na tym, że sklepy dużych sieci handlowych proponowały klientom wybite w Mennicy Polskiej „dobre dukaty”, których wartość nominalna była odpowiednikiem 5 złotych. Celem akcji było zebranie środków na budowę szkół oraz edukację dzieci na Madagaskarze. Tak jak w 2010 roku pomagała nam Magdalena Rózcicka, Ambasador Dobrej Woli UNICEF.

W minionym roku wspieraliśmy Mazowiecki Teatr Muzyczny im. Jana Kiepury w Warszawie w ramach umowy sponsorskiej. Mennica Polska ufundowała także 2000 wejściówek do Muzeum Zamkowego w Malborku dla dzieci ze szkół podstawowych. Mają one postać pamiątkowych numizmatów, będą obowiązywać za 25 lat. Wizerunek utrwalaony na numizmatach wyłoniony został w konkursie dla dzieci i młodzieży, w którym wzięło udział ponad 160 uczestników z całego kraju.

Celem konkursu było zachęcenie do odwiedzania muzeów i zgłębiania historii Polski.

Podobnie jak w poprzednich latach wspomagaliśmy organizatorów kolejnej, XI edycji Pucharu Świata w Sermierce na Wózkach „Szabla Kilińskiego” i nieodpłatnie wybiliśmy 26 złotych, 26 srebrnych i 44 brązowych medali na tę imprezę.

Współpracowaliśmy z Fundacją Pożywienie – Darem Serca, przekazując jej środki na przygotowanie Pikniku Integracyjnego „Dzieci bez granic” z okazji Dnia Dziecka. Zasililiśmy również Polski Związek Karate Tradycyjnego, który przeznaczył darowiznę pieniężną z Mennicy Polskiej na organizację wakacyjnego pobytu w Polsce grupy dzieci z Japonii, z terenów dotkniętych największymi zniszczeniami powstałymi w wyniku tsunami. Wsparcie finansowe otrzymał również Ośrodek Szkolno-Wychowawczy dla Dzieci Niewidomych w Laszku – otrzymane od Mennicy Polskiej dofinansowanie pomogło w zakupie wyposażenia odbudowanego po pożarze obiektu dydaktycznego oraz internatu dla niewidomych dzieci.

Uczestniczyliśmy w Dniach Otwartych NBP, prezentując urządzenia, na których ozdabia się monety i medale. Pasjonaci numizmatyki mogli zobaczyć pracę skanera, który w czasie rzeczywistym kopiował oryginalny model gipsowy monety kolekcjonerskiej z wizerunkiem Zofii Stryjeńskiej (wyemitowanej w 2011 roku w ramach serii „Polscy malarze XIX/XX wieku”).



MENNICA  
POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.

way in which the scanner works which in the real time copied the original plaster model of a collector coin with an image of Zofia Stryjeńska (issued in 2011 in the series "Polish Painters of the 19th/20th century").

The Mint of Poland struck in 2011 special numismatic product to commemorate the 70th Wojciech Młynarski's birthday. Our minters prepared the coins having the mintage of 500 pieces, on the brass blanks with a diameter of 27 mm.

As a part of improving the qualifications of the employees of the Mint of Poland, the company has offered them individual trainings, as well as the possibility of co-financing their education.

In the field of environmental protection the Mint of Poland meets the requirements of the existing law system

and what is more, by improving processes and products in the scope of the existing management system, is continually striving to minimise the adverse effects on the environment. In this area the company has been assessed by external auditors who have provided positive feedback. It is worth remembering that the basic materials for production, such as blanks made of gold, silver and non-ferrous metals, as well as steel for manufacturing, the tools come from outside suppliers and may be subject to multiple recycling.



**Mennica Polska wybiła specjalny numizmat z okazji 70. urodzin Wojciecha Młynarskiego.**

**Mint of Poland minted special numismatic product for 70th Wojciech Młynarski's birthday.**

Mennica Polska wybiła w 2011 roku wyjątkowe numizmaty z okazji 70. urodzin Wojciecha Młynarskiego. Mincerze firmy przygotowali je, w nakładzie 500 sztuk, na mosiężnych krążkach o średnicy 27 mm.

W ramach doskonalenia kompetencji pracowników Mennicy Polskiej spółka zaoferowała im indywidualne szkolenia, a także możliwość współfinansowania nauki.

W zakresie ochrony środowiska Mennica Polska spełnia wymogi prawa i oprócz tego, doskonaląc w ramach istniejącego systemu zarządzania procesy i wyroby, stale dąży do zmniejszenia niekorzystnego wpływu na otoczenie. Spółka była w tym zakresie oceniana przez

zewnętrznych audytorów, którzy wystawili jej pozytywne opinie. Warto pamiętać, że podstawowe materiały do produkcji, takie jak krążki ze złota, srebra i metali kolorowych, oraz stal do wytwarzania narzędzi pochodzą od dostawców zewnętrznych i mogą podlegać wielokrotnemu recyklingowi.



# MENNICA POLSKA

ISTNIEJE OD 1766 R.



**Członkowie Zarządu Mennicy Polskiej  
Barbara Sissons i Grzegorz Zambrzycki  
z Jurkiem Owskiakiem.**

**Members of the Board of the Mint of  
Poland Barbara Sissons and Grzegorz  
Zambrzycki with Jurek Owskiak.**





**MENNICA  
POLSKA**

ISTNIEJE OD 1766 R.

Moneta na okładkach  
Front and last page coin

**Przewodnictwo Polski w Radzie UE**

nominał 10 zł, próba Ag 925, stempel lustrzany z tampondrukiem,  
średnica 32 mm, projektant: Urszula Walerzak.

**Poland's Presidency of the Council of the European Union**

face value 10 zł, metal Ag 925, finisz proof with pad printing, dimensions  
32 mm, designer: Urszula Walerzak

Opracowanie materiałów/Materials:

Dyrektor Działu Personalnego i Organizacyjnego

Human Resources and Organisation Director – Mariusz Lesiak

Redakcja/Editor PR& IR Manager – Mariusz Przybyłski

Zdjęcia/Photos: Archiwum Mennicy Polskiej





Mennica Polska S.A., ul. Pereca 21, 00-958 Warszawa  
tel. centrala: 22 656 40 00, faks: 22 620 52 22, [mennica@mennica.com.pl](mailto:mennica@mennica.com.pl), [www.mennica.com.pl](http://www.mennica.com.pl)