

INWESTYCJE

Trinity liczy na złoto

Inwestycyjna spółka objęła
25 proc. akcji Mennicy
Wrocławskiej. ► **9**

Grupa Trinity błyszczący złotem

Spółka inwestycyjna objęta udziałami w Mennicy Wrocławskiej. A ta mierzy w nawet 300 mln zł przychodu w 2012 r.

Grupa Trinity poczuła gorączkę złota. Spółka, która mierza na NewConnect i z emisji prywatnej chce zebrać 10 mln zł, chwali się nową inwestycją. Za około 0,4 mln zł objęła niemal 25 proc. akcji spółki Mennica Wrocławska (MW), zajmującej się głównie handlem złotem i srebrem. Tylko w lipcu mennica sprzedawała sztabki i monety za 10 mln zł, przy mocnym wsparciu marketingu w internecie.

— W ubiegłym roku jeden z dyrektorów zarządzających Goldman Sachs rzucił na koniec spotkania: chłopaki, bierzcie się za złoto, na tym będzie zarobek. Jako że wcześniej m.in. negocjowaliśmy w imieniu KGHM Ecoren z największymi na świecie handlarzami metalami szlachetnymi, to znaleźliśmy ten rynek. Jednak słowa szefa Goldmana uświadomiły nam, że gorączka złota to być może nie wymysł medialny, ale głębiej zakorzeniony proces — tłumaczy Radosław Tadajewski, prezes Grupy Trinity (GT).

Nie ukrywa, że GT jest zainteresowana większymi inwestycjami w mennicę. Wierzy przy tym, że cel, który postawił przed złotodajnym biznesem, jest realny, choć brzmi nieco zuchwale. Na koniec 2012 r. wrocławska mennica chce być liderem rynku. Co to oznacza? Że młodzi inwestorzy utracą nosa biznesowi samego Zbigniewa Jakubasa, właściciela Mennicy Polskiej. Szacuje się, że w tym roku Mennica Polska sprzeda złoto i srebro warte nawet 300 mln zł. Tymczasem jej wrocławski konkurent liczy na kilkasetprocentowy wzrost sprzedaży, dzięki czemu zaatakuje poziom 80-90 mln zł rocznej sprzedaży.

W jaki sposób wrocławska spółka podkręci wyniki?

— Inwestorzy szybko nie odwrócą się od cennych kruszców, złoto zdaniem wielu wciąż jest niedoszacowane. A my mamy lepsze od konkurencji warunki dostawy i lepsze ceny. No i zamierzamy w kilka miesięcy zbudować potężną sieć sprzedaży naziemnej — przekonuje Maciej Buchaniewicz, prezes Mennicy Wrocławskiej.

Sieć obejmie kilkanaście oddziałów pod własnym logo, ale co ważniejsze, złoto od dolnośląskiej spółki pojawi się w kilkuset gablotach w całej Polsce. Już jesienią staną one w placówkach jednego z banków, potem będą kolejne. Według informacji „PB”, jedną z tych sieci może być Alior Bank.

— Właśnie ruszamy z akcją marketingową promującą ofertę mennicy — podkreśla Radosław Tadajewski.

Dzięki środkom pozyskanym z programów unijnych, Trinity ma do zainwestowania 7 mln zł

w promocję przedsiębiorców do 2013 r. Przed umową z mennicą grupa szacowała swoje przychody w 2011 r. na poziomie 10 mln zł, a zysk na poziomie 5,6 mln zł. Teraz te prognozy wydają się mocno nieaktual-

ne. Sam tegoroczny zysk wrocławskiej mennicy może dobić do kilku mln zł, średnia marża na sprzedanej uncji złota waha się bowiem w granicach 5 proc.

Karol Jedliński
kjedlinski@pb.pl • 22-333-99-21

► Będzie się świecić: Radosław Tadajewski, prezes Grupy Trinity, uważa, że złoto nie straci na popularności. Dlatego zamierza jeszcze mocniej zainwestować w Mennicę Wrocławską. [FOT. ARC]

