

RAPORT BIEŻĄCY

HOOP S.A.

16 listopada 2004 r.

Raport bieżący nr 33/2004

Odwołanie i Powołanie członka Rady Nadzorczej

Zarząd HOOP S.A. informuje, iż w dniu 16 listopada 2004 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy odwołało Pana Tadeusza Czichona z funkcji Członka Rady Nadzorczej.

Jednocześnie zarząd HOOP S.A. informuje, iż w dniu 16 listopada 2004 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy powołało Panią Beatę Martynowską na Członka Rady Nadzorczej.

Pani Beata Martynowska złożyła Spółce oświadczenie o następującej treści:

OŚWIADCZENIE

Według mojej najlepszej wiedzy i rozeznania oświadczam, że nie zostały spełnione przesłanki wymienione w art. 55-56 ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym (Dz. U. Nr 121, poz. 769 z póź. zm.) uzasadniające wpis z urzędu lub wpis na wniosek mojej osoby do rejestru dłużników niewypłacalnych, o którym mowa w art. 1 ust. 2 pkt. 3) cyt. ustawy z 1997 r.

Jednocześnie oświadczam, iż spełniam wszystkie przesłanki do pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej spółki akcyjnej określone postanowieniami art. 18 § 1 i 2 K SH.

Mając na względzie postanowienia „Dobrych praktyk w spółkach publicznych w 2002r.”, oświadczam również, że nie posiadam osobistych, faktycznych lub organizacyjnych powiązań z akcjonariuszem Spółki HOOP S.A. dysponującym ponad 5% ogólnej liczby głosów na walnym zgromadzeniu.

Równocześnie, wyrażam zgodę na pełnienie funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki HOOP S.A. z siedzibą w Warszawie i z dniem powołania mnie przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy na członka Rady Nadzorczej Spółki HOOP S.A. przyjmuję wszystkie obowiązki członka Rady Nadzorczej.

Poniżej Zarząd HOOP S.A. podaje życiorys powołanego członka Rady Nadzorczej.

Beata Martynowska

Wykształcenie	1998	kursy we Francuskim Instytucie Zarządzania (Institut Francais de Gestion): Finanse I oraz II, Strategia firm, Controlling
	1993 – 1996	wewnętrzne kursy marketingu i zarządzania organizowane przez Benckiser Poland
	1993	kurs „Marketing Management” w Management Centre Europe bh w Brukseli
	1991	kurs: “International Marketing and Marketing Management “ zorganizowany przez The Norwegian Graduate School of Marketing w kooperacji ze Szkołą Główną Handlową
	1990	The Allied Lyons PLC (U.K.): uczestniczka pierwszej edycji praktyk dla młodych polskich przedsiębiorców sponsorowanej przez The British Know How Fund. Staż w brytyjskim przedsiębiorstwie, w działach: Produkcja, Kontrola Jakości, Marketing, Sprzedaż, Finanse.
	1981-1986	Uniwersytet Warszawski, Wydział Neofilologii, tytuł magistra neofilologii
	1978–1984	Szkoła Główna Planowania i Statystyki (dziś: Szkoła Główna Handlowa), Wydział Handlu Zagranicznego, tytuł magistra ekonomii
Doświadczenie zawodowe	2002-2003	MFM Sp. z o.o.: <u>Dyrektor Zarządzający</u> , członek Zarządu; odpowiedzialna za przygotowanie trzyletniego biznes planu, opracowanie i wdrożenie zmian w programie, marketingu i sprzedaży, wprowadzenie procedur organizacyjnych i finansowych, opracowanie formatów i zasad raportowania.
	1998-2001	Soraya S.A./Alberto Culver USA: zatrudniona na stanowisku <u>Dyrektora Marketingu</u> , następnie promowana na <u>Wiceprezesa Zarządu</u> ; odpowiedzialna w pierwszej fazie za wszelkie działania marketingowe: relaunch wszystkich linii kosmetyków, opracowanie i wdrożenie nowych produktów, badania rynkowe, opracowanie strategii komunikacji, realizacja prasowej kampanii reklamowej, wprowadzenie profesjonalnego PR-u; po awansie na co dzień współzarządzanie firmą.
	1996-1998	Allied Domecq: <u>Group Product Manager</u> ; odpowiedzialna za: badania rynkowe i analizę danych, opracowanie i realizację strategii i planów marketingowych, realizację promocji, opracowanie kampanii reklamowej, zarządzanie budżetem.
	1992-1996	Benckiser Polska: zatrudniona na stanowisku <u>Brand Manager’a</u> , awansowana na pozycję <u>Senior Brand Manager’a</u> ; bezpośrednio odpowiedzialna za sektor proszków do prania (5 marek); badania rynkowe, rozwój produktu w kooperacji z międzynarodową sekcją rozwoju proszków – Benckiser International, opracowywanie we współpracy z agencjami reklamowymi komunikacji do konsumenta (reklama telewizyjna, prasowa, outdoor, POSM), opracowywanie i wdrażanie promocji konsumenckich i handlowych, zarządzanie budżetem.
Języki		angielski – biegle
		francuski – dobrze
		rosyjski – dobrze
		niemiecki – podstawowo

Podstawa prawna: § 5 ust. 1 pkt 30) oraz pkt 31) Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 16 października 2001 r. w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.