



# PŁATKI ŚNIADANIOWE

PREZENTACJA PRODUKTU I MARKI LUBELLA



Kraków 2020

Nicol Kołodziej	217215
Katarzyna Mańczyk	217208
Damian Guzik	202680
Paweł Podoluk	196568

# AGENDA



## PREZENTACJA PRODUKTU – PŁATKI ŚNIADANIOWE

1. Charakterystyka płatków śniadaniowych
2. Historia płatków śniadaniowych
3. Kategorie płatków śniadaniowych
4. Etapy wytwarzania płatków śniadaniowych
5. Analiza marketingowa płatków śniadaniowych
6. Przykładowe segmenty konsumentów płatków śniadaniowych
7. Przykłady produktów i marek na rynku polskim – płatki śniadaniowe
8. Płatki śniadaniowe źródłem wielu wartości odżywczych
9. Ceny opakowania płatków śniadaniowych
10. Cykl życia produktu – płatki śniadaniowe

## PREZENTACJA MARKI PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH - LUBELLA

1. Rola marki w ofercie płatków śniadaniowych
2. Charakterystyka marki Lubella
3. Charakterystyka marki Nestle
4. Oferta płatków śniadaniowych marki Lubella
5. Różnicowanie marki Lubella
6. Logo marki Lubella
7. Działania promocyjne na przykładzie płatków śniadaniowych marki Lubella
8. Strona internetowa marki Lubella

# KILKA SŁÓW O PŁATKACH ŚNIADANIOWYCH



Płatki śniadaniowe to tradycyjne śniadanie dla wielu rodzin, które wykonane jest z przetworzonych zbóż. Najpopularniejszą formą podania to płatki z mlekiem, jednak można je spożywać również z jogurtem, serkiem. Dla urozmaicenia dodawane są owoce lub orzechy. Posiadają wiele błonnika, który korzystnie wpływa na pracę organizmu.



# PŁATKI ŚNIADANIOWE

PODAWANE  
Z MLEKIEM  
LUB JOGURTEM



SPOŻYWANE  
NA CIEPŁO  
LUB ZIMNO

UWIELBIANE  
NA ŚNIADANIE

# HISTORIA PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH - NA POCZĄTKU BYŁ BATON...



- **James Jackson** - wynalezienie granuli (1863) – batona śniadaniowego na bazie ziarna
- **John Kellogg** – sprzedaż „granola bars” (1896)
- **Will Keith** – rozwój słodzonych płatków – powstanie Battle Creek Toasted Corn Flake Company, później Kellogg Company (1906)
- **Charles Post** – sprzedaż „granola bars” Kellogga



# KATEGORIE PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH



## DWIE KATEGORIE PRODUKTU:

- PŁATKI SMAKOWE
- MUESLI



## PODZIAŁ PŁATKÓW SMAKOWYCH:

- ZE WZGLĘDU NA RODZAJ ZBOŻA  
(owsiane, żytnie, jęczmienne, pszenne, jaglane, gryczane)
- ZE WZGLĘDU NA PROFIL SMAKOWY  
(miodowe, czekoladowe, cynamonowe, z orzechami, karmelowe, biała czekolada, owocowe)



# ETAPY WYTWARZANIA PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH



1 PRZEMIAŁ



2 GOTOWANIE



3 FORMOWANIE



4 PIECZENIE

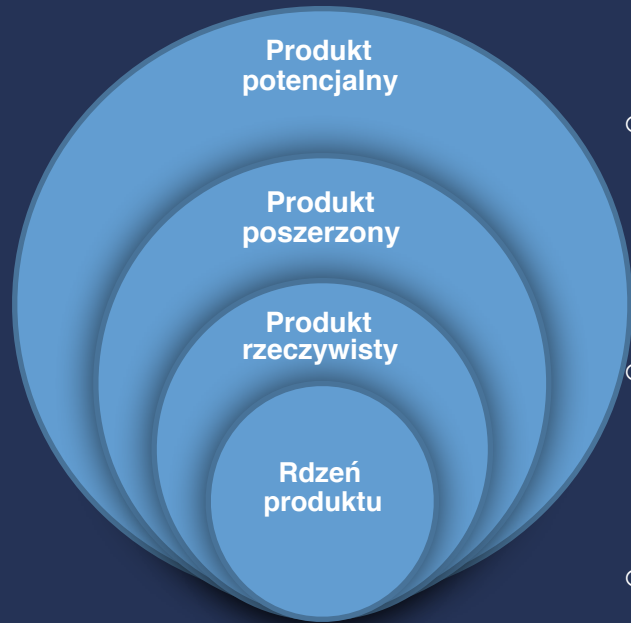


Lubella

TRADYCJA OD 1881

— Wykonano w Polsce —

# PŁATKI ŚNIADANIOWE - ANALIZA MARKETINGOWA PRODUKTU



Struktura produktu

- **Rdzeń produktu:** produkt zbożowy, spożywany zazwyczaj w porze śniadania. Produkt gotowy do spożycia od razu po wyjęciu z opakowania (nie wymaga obróbki termicznej), zazwyczaj dodawany do mleka lub jogurtu.
- **Produkt rzeczywisty:** rodzaj płatków śniadaniowych (rodzaj zboża), smak, kształt, kolor, wielkość i rodzaj opakowania, materiał z jakiego wykonano opakowanie, grafika na opakowaniu, cena produktu, producent płatków, stosunek ceny do jakości, marka, zawartość cukru oraz witamin, rodzaj substancji słodzących, dostępność produktu zarówno w dużych sieciach handlowych jak i małych sklepach.
- **Produkt oczekiwany:** płatki śniadaniowe o dobrym składzie, pożywne (zaspokajające głód nad dłuższą ilość czasu), produkt znanego producenta w dużym, ekonomicznym opakowaniu za przystępną cenę, renomowana marka.
- **Produkt poszerzony:** aktywna infolinia dla konsumentów oraz profile w mediach społecznościowych ze stałym kontaktem z odbiorcami, zawartość elementów dołączonych do produktu np. naklejki dla dzieci, miska do płatków, łyżka, jogurt możliwość zakupu stacjonarnie i w sklepie internetowym, przepisy kulinarne z wykorzystaniem produktu, termin przydatności po otwarciu.
- **Produkt potencjalny:** płatki śniadaniowe wytworzone z naturalnych składników, ze zbóż nie modyfikowanych genetycznie, z niską zawartością cukru, lub bez cukru oraz innych sztucznych substancji słodzących, nowe smaki płatków, możliwość otrzymania od producenta bezpłatnych próbek, opakowanie wytworzone z materiałów biodegralnych i wtórnych, płatki śniadaniowe w bufetach hotelowych, lokale serwujące płatki.





# PRZYKŁADOWE SEGMENTY KONSUMENTÓW PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH



## SEGMENT „NAJMŁODSI”

- Dzieci i młodzież
- W wieku 3-17 lat
- Chcący zjeść pożywne śniadanie zanim pójdą do szkoły
- Zwracający uwagę na smak produktu



## SEGMENT „DBAJĄCY O LINIĘ”

- Kobiety i mężczyźni
- W wieku 25-55 lat
- Szukający produktów, które w najlepszy sposób wpasują się w założenia dietetyczne
- Zwracający uwagę na skład produktu i wartości odżywcze

## SEGMENT „SAMOTNICZY”

- Kobiety i mężczyźni
- W wieku 19-30 lat
- Prowadzący aktywny tryb życia, nie mający czasu na nic innego oprócz pracy/studiów/hobby
- Zwracający uwagę na cenę produktu

# PRZYKŁADY PRODUKTÓW I MAREK DOSTĘPNYCH NA RYNKU POLSKIM



PŁATKI ŻYTNIE



PŁATKI OWSIANE



PŁATKI JĘCZMIENNE

**Lubella**

TRADYCJA OD 1881

*— Najlepsze do śniadania —*



# PRZYKŁADY PRODUKTÓW I MAREK DOSTĘPNYCH NA RYNKU POLSKIM



PŁATKI JAGLANE



PŁATKI GRYCZANE



PŁATKI KUKURYDZIANE

**Lubella**

TRADYCJA OD 1881

*Wspieramy polską produkcję*



# BATONY Z PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH



W formie batonika



# BATONY Z PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH



Batoniki mleczne z Choco Kulkami i suszonymi owocami



*Kliknij w ekran  
i przejdź na stronę*



**Lubella**

TRADYCJA OD 1881

*Nigdy nie smakuj*



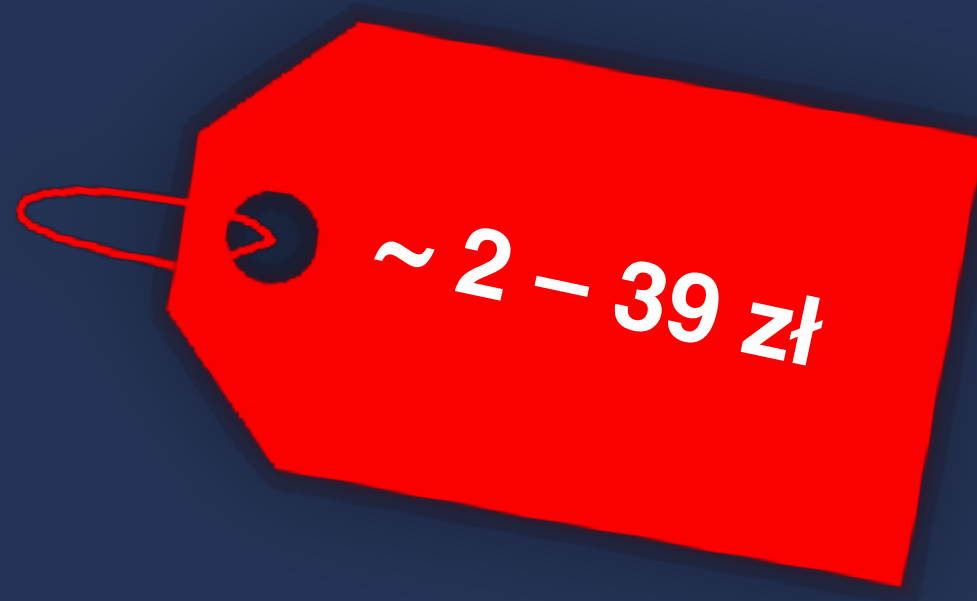
# PŁATKI ŚNIADANIOWE ŹRÓDŁEM WIELU WARTOŚCI ODŻYWCZYCH

- Węglowodany
- Białka
- Tłuszcze (witaminy A, D, E, K)
- Błonnik
- Witaminy i składniki mineralne (witamina C)
- Witaminy grupy B (B1, B2, B6, B12, kwas foliowy, kwas pantotenowy)
- Witaminę E
- Wapń
- Żelazo





Zakres cen płatków śniadaniowych w opakowaniach **250 gram** dostępnych w sklepach





BioCop  
16,95



OBST  
2,57



Milzu!  
3,59



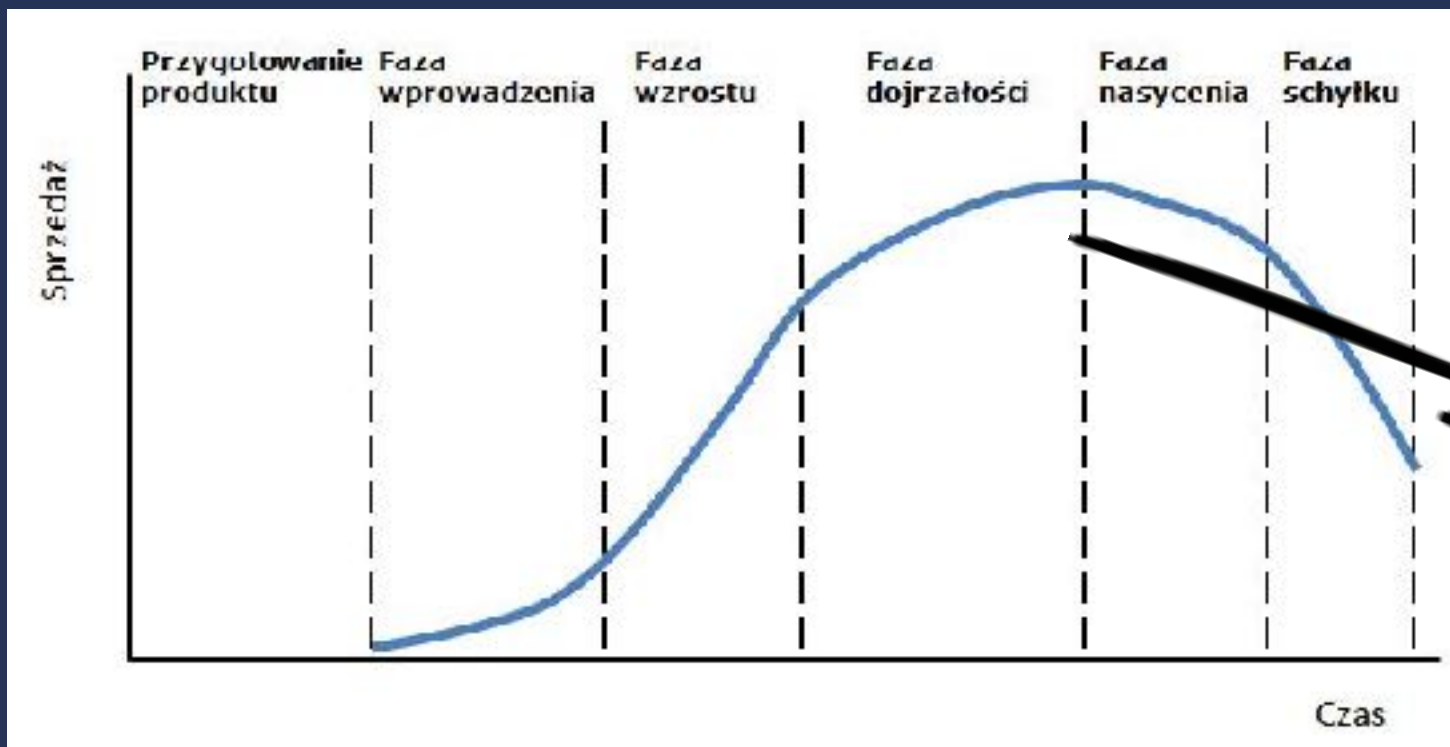
Ecobasic  
22,95



Lubella  
3,59



# PŁATKI ŚNIADANIOWE - CYKL ŻYCIA PRODUKTU



Płatki śniadaniowe  
znajdują się obecnie  
w fazie dojrzałości.

**Lubella**

TRADYCJA OD 1881

*Wspieramy się sobą*



# PŁATKI ŚNIADANIOWE - CYKL ŻYCIA PRODUKTU



- Na dzień dzisiejszy płatki śniadaniowe tkwią głęboko w świadomości konsumentów i są produktem chętnie kupowanym.
- Na rynku aktywnie działa konkurencja zagranicznych firm, a klienci szukają nowych produktów spełniających ich potrzeby.
- Marka Lubella nie poprzestaje w ciągłym udoskonalaniu swoich produktów w celu przedłużenia fazy dojrzałości, zmieniając wygląd zewnętrzny na atrakcyjniejszy, oferując nowe smaki płatków śniadaniowych i podejmując zróżnicowane działania marketingowe.

**Lubella**

TRADYCJA OD 1881

*Wyśmienicie smacznie*





*- Najlepsze ze zboża -*



# LUBELLA PŁATKI ŚNIADANIOWE

PREZENTACJA MARKI

# PŁATKI ŚNIADANIOWE - ROLA MARKI W OFERCIE PRODUKTÓW



Na wartym ponad 633 mln zł (dane Nielsen; okres 12-miesięczny od sierpnia 2014 do lipca 2015) rynku płatków w Polsce ważny jest wizerunek marki, to jak komunikuje się z klientem. Mimo iż konsumenci są coraz bardziej świadomi i zaczynają zwracać uwagę na jakość produktów to i tak duże, rozpoznawalne marki, które składowo oferują produkty nie najwyższej jakości są chętnie przez nich wybierane. Dzieje się tak dlatego, że duże marki zbudowały pozytywny wizerunek wśród odbiorców, są odbierane jako produkty wysokiej jakości (często mylnie), cieszące się lojalnością klientów, którzy chętnie do nich wracają. Mali producenci nie są w stanie wypromować swoich marek jak międzynarodowi giganci, z praktycznie nieograniczonymi budżetami reklamowymi, pełniący niejako rolę dominatorów na rynku.



# PŁATKI ŚNIADANIOWE - ROLA MARKI W OFERCIE PRODUKTÓW



Na polskim rynku funkcjonuje 37 producentów płatków śniadaniowych (w tym marki własne), którzy mają w swoim portfolio ok. 197 wariantów produktów.

Najbardziej rozpoznawalni producenci to **Nestle** i **Maspex Wadowice (Lubella)**

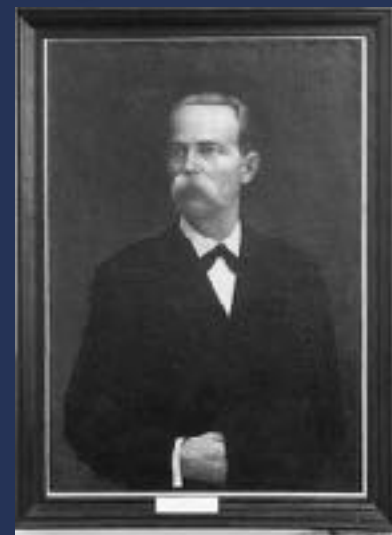


# LUBELLA (MASPEX)



Historia sięga końca XIX wieku, gdy w Lublinie powstał pierwszy młyn – młyn Krauzego – który do dziś wchodzi w skład majątku przedsiębiorstwa.

W 1948 roku młyn upaństwowiono i powstały Polskie Zakłady Zbożowe Lublin. Po słynnej powodzi w 1964 roku, uregulowano rzekę Bystrycę, a młyn stał się młynem elektrycznym. W roku 1963 w PZZ Lublin uruchomiono nową produkcję makaronu opartą na urządzeniach znanej włoskiej firmy Pavan z Galliera Reneta pod Padwą. Zainstalowano wtedy trzy linie, które wyrabiały 20 ton makaronu na dobę.



Edward Krausse



# LUBELLA (MASPEX)



W 2003 roku Lubella weszła w skład Grupy Maspex Wadowice, jednej z największych firm na rynku spożywczym w Polsce.

Do dziś Lubella, kontynuując szczytną tradycję swoich wielkich założycieli, nieustannie się rozwija wdrażając nowoczesne technologie oraz rozbudowując zaplecze produkcyjne. Firma wybudowała nowoczesny kompleks produkcyjno-magazynowy przy ul. Wrotkowskiej, w którym zainstalowano największą i najnowocześniejszą w Polsce linię do produkcji makaronu. Inwestycja nie tylko zwiększyła możliwości produkcyjne, ale przede wszystkim, dzięki nowoczesnej technologii, umożliwiła wytwarzanie makaronu o najwyższej jakości.

W 2007 nastąpiła modernizacja Młyna Krauzego, który jest obecnie jednym z najnowocześniejszych obiektów tego typu w Europie. W roku zakupiono również udziały w rumuńskiej firmie ARNOS, będącej wiodącym producentem makaronów na rynku rumuńskim



# LUBELLA (MASPEX)



Według XIV edycji rankingu najcenniejszych polskich marek Rzeczypospolitej z 23.02.2018 Lubella znajduje się na 85 miejscu z wartością 149 mln zł (2017), jest także jedną z najczęściej wybieraną przez klientów polską marką (8 miejsce). Lubella zatrudnia obecnie ok 500 pracowników (cała Grupa Maspex 7 500). Lubella jest zależna od wadowickiego Maspexu, który stale inwestuje w rozwój dochodowej marki.





# LUBELLA (MASPEX)



W 2001 roku firma rozpoczęła produkcję płatków śniadaniowych, przez lata stając się jednym z czołowych graczy na rynku.

W ofercie płatków śniadaniowych Lubelli znajdują się:

- **płatki dla dzieci**, bardziej znane jako Mlekołaki (dostępne w wariantach: Choco Kulki, Choco Muszelki, Miodo Kółka, Choco Piegołaki i Cynisy,
- **płatki rodzinne dla całej rodziny** (Corn Flakes Pełne Ziarno, Corn Flakes Klasyczne, Corn Flakes Kakao i Miód, Corn Flakes Cynamon i Płatki Żytnie.



— Najlepsze ze złota —

# LUBELLA (MASPEX)



Oprócz płatków śniadaniowych Lubella produkuje znane i lubiane:

- makarony (klasyczne, pełne ziarno i jajeczne),
- kasze (manna, jęczmienna, gryczana etc.),
- mąki (pełne ziarno i puszyste),
- przekąski (klasyczne, pełnoziarniste i dla dzieci).

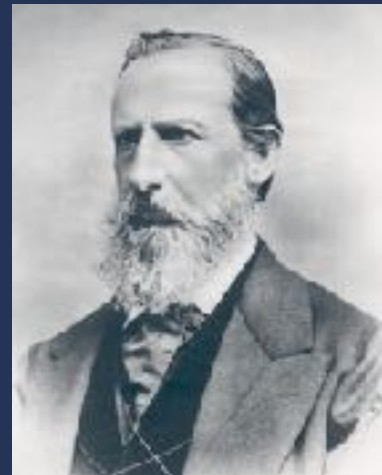


# GŁÓWNY KONKURENT MARKI - NESTLÉ



Historia Nestlé rozpoczyna się w 1866, kiedy angielsko – szwajcarska firma Anglo-Swiss Condensed Milk Company otworzyła pierwszą w Europie fabrykę produkującą mleko skondensowane w Szwajcarii. Henri Nestlé w 1867 roku dokonuje przełomu w dziedzinie żywności dla niemowląt, a w 1905 roku założona przez niego firma łączy się z Anglo-Swiss, tworząc nowy podmiot, obecnie znany jako Grupa Nestlé.

W 1905 roku Nestlé i Anglo-Swiss mają ponad 20 fabryk i zaczynają tworzyć filie zamorskie i sieć sprzedaży, która obejmuje Afrykę, Azję, Amerykę Łacińską i Australię. Kiedy nadchodzi pierwsza wojna światowa firma odnosi korzyści z okresu prosperity znanego jako Belle Epoque i staje się globalną firmą nabiałową.



Henri Nestlé

# GŁÓWNY KONKURENT MARKI - NESTLÉ



Wybuch wojny w 1914 roku, prowadzi do wzrostu popytu na skondensowane mleko i czekoladę, ale niedobór surowców i ograniczenia w handlu transgranicznym hamują produkcję Nestlé & Anglo-Swiss. Aby rozwiązać ten problem, firma nabywa infrastrukturę przetwórczą w Stanach Zjednoczonych i Australii, a do końca wojny ma tam 40 fabryk.

Po wojnie zapotrzebowanie wojskowe na mleko w puszkach spada, powodując poważny kryzys dla Nestlé & Anglo-Swiss w 1921 roku. Kiedy spółka podnosi się z niego, nadchodzi krach na Wall Street w 1929 roku, który zmniejsza siłę nabywczą konsumentów. Jednak epoka ta stwarza także nowe możliwości firmie: zarząd spółki się profesjonalizuje, badania są scentralizowane oraz powstają pionierskie produkty, takie jak kawa Nescafé.



# GŁÓWNY KONKURENT MARKI - NESTLÉ



Wybuch II wojny światowej w 1939 roku wpływa na praktycznie każdy rynek, ale Nestlé & Anglo-Swiss kontynuuje pracę w trudnych warunkach, zaopatrując zarówno cywili jak i siły zbrojne. W 1947 roku firma dodaje do swojego asortymentu zupy i przyprawy Maggi oraz przyjmuje nazwę Nestlé Alimentana.

Okres powojenny charakteryzował rosnący dobrobyt społeczeństw. Ludzie w Stanach Zjednoczonych i Europie zaczęli wydawać pieniądze na maszyny, które czynią życie łatwiejszym, takie jak lodówki i zamrażarki. W branży spożywczej na znaczeniu zyskały wygodne produkty, umożliwiające szybkie i proste przyrządzanie potraw, a Nestlé Alimentana odpowiedziała na te potrzeby dzięki nowym produktom, takim jak Nesquik i Maggi.



# GŁÓWNY KONKURENT MARKI - NESTLÉ



Akwizycje umożliwiły Nestlé wejście do szybko rozwijających się nowych kategorii, takich jak na przykład mrożonki, oraz rozszerzenie działalności w swoich tradycyjnych obszarach: mleka, kawy i produktów spożywczych w puszkach. W latach 70-tych firma dywersyfikuje swoją produkcję i wchodzi w kategorie farmaceutyków i kosmetyków. Zaczyna przyciągać krytykę ze strony grup aktywistów, które zarzucają jej, że marketing żywności dla niemowląt jest nieetyczny. Później Nestlé staje się jedną z pierwszych firm, które stosują kod WHO do substytutów mleka matki w całej swojej działalności.

Po latach wzrostu Nestlé rezygnuje z nierentownych marek i promuje te, które spełniają oczekiwania coraz bardziej świadomych konsumentów w zakresie zdrowia, zgodnie z nową dewizą "Żywienia, Zdrowia i Dobrego Samopoczucia". Firma rozwija się w Stanach Zjednoczonych, Europie Wschodniej i Azji, a celem jest pozycja światowego lidera w kategorii wody, lodów i żywności dla zwierząt.



# GŁÓWNY KONKURENT MARKI - NESTLÉ



Obecnie Nestlé jest jedną z największych na świecie firm produkujących żywność. Siedziba przedsiębiorstwa mieści się w Vevey, w kantonie Vaud, w Szwajcarii.

W rankingu Interbrand Nestlé znajduje się na 63 pozycji z wartością 10 252 MLN \$. Kapitał własny wynosi 58,40 mld CHF (2018).

Według danych z 2018 roku spółka zatrudnia na całym świecie ok 208 000 pracowników.

Za produkcję płatków odpowiedzialny jest Cereal Partners Pacific funkcjonujący również w Polsce ( Cereal Partners Poland Toruń Pacyfic).

Marki płatków śniadaniowych znajdujące się w ofercie Nestlé: Corn Flakes, Gold Flakes, Nesquik, Chocapic, Cini Minis, Cheerios, Kangus , Frutina, Fitness i Cookie Crisp.



# OFERTA PŁATKÓW ŚNIADANIOWYCH LUBELLA



PRODUKT	Vat %	Waga (g)
<b>Płatki zbożowe Lubella</b>		
Corn Flakes Klasyczne	5%	250g
Corn Flakes Klasyczne	5%	500g
Corn Flakes Pełne Ziarno	5%	250g
Corn Flakes Pełne Ziarno	5%	500g
Corn Flakes Pełne Kakao i Miód	5%	200g
Corn Flakes Pełne Kakao i Miód	5%	400g
Corn Flakes Pełne Cynamon	5%	200g
Corn Flakes Pełne Cynamon	5%	400g
Płatki Żytnie	5%	250g
Płatki Żytnie	5%	500g

PRODUKT	Vat %	Waga (g)
<b>Lubella Płatki zbożowe dla dzieci</b>		
Choco Muszelki	5%	250g
Choco Muszelki	5%	500g
Choco Kulki	5%	250g
Choco Kulki	5%	500g
Miodo Kółka	5%	250g
Miodo Kółka	5%	500g
Duo Caramel	5%	250g
Duo Caramel	5%	500g
Piegotaki Choco	5%	250g
Piegotaki Choco	5%	500g
Cinisy	5%	250g
Cinisy	5%	500g



# MARKA LUBELA W TOP 20 SUPERBRANDS 2020



## TOP 20 Superbrands 2020

1 allegro	2 Google	3 OLX	4 LIDL	5 E. Wedel
6 ROSSMANN	7 LEGO	8 Biedronka Codziennie dobre ceny	9 adidas	10 Milka
11 Lubella	12 Olej KUJAWSKI	13 Pudliszki	14 Domestos	15 Tefal
16 TYMBARK	17 Google Maps	18 RMF	19 empik	20 Cif

Inauguracja XIV edycji Superbrands miała miejsce 23 września 2019 na 50. piętrze apartamentowca Złota 44 – nieprzypadkowo, w końcu Superbrands wyróżnia marki, które wspięły się na szczyt. Wśród obecnych gości znaleźli się laureaci najwyżej ocenionych marek, członkowie Rady Marek oraz partnerzy projektu.

# RÓŻNICOWANIE MARKI LUBELLA



## RÓŻNICOWANIE

## WIZERUNEK MARKI I PRODUKTU

### PRODUKT

- skład i jakość produktu
- forma produktu (kształt)
- forma opakowania

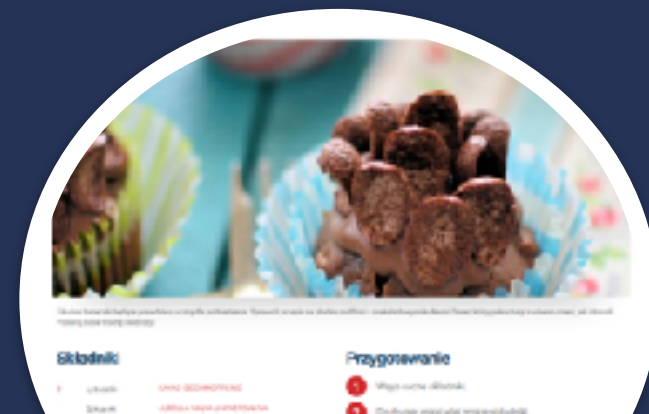
### PRZEZNACZENIE

- na śniadanie:  
dla dzieci | dla rodziny

- spójny design opakowania
- dedykowana strona internetowa



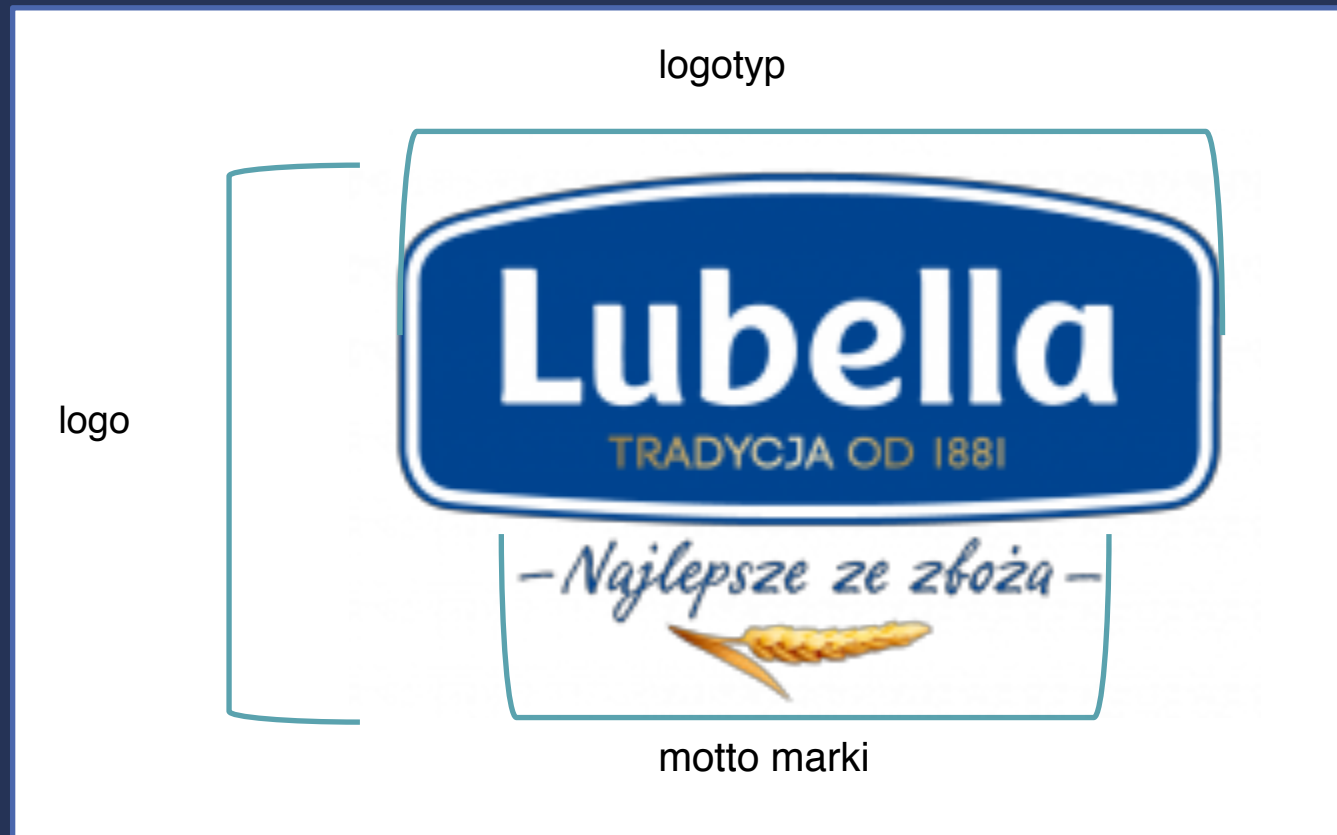
- do wypieków



# LOGO MARKI LUBELLA



Kombinacja słów - Lublin + Bella (*j.wł. piękność*)



# DZIAŁANIA PROMOCYJNE PŁATKI ŚNIADANIOWE LUBELLA

## Reklamy TV



Fragment kampanii reklamowej „Płatki Lubella. Najlepsze ze zboża” z 2020 roku



Fragment kampanii reklamowej „Rozgadanych Świąt życzy Lubella” z 2020 roku

*Kliknij w zdjęcie  
i zobacz spot*



*— Najlepsze ze zboża —*

# DZIAŁANIA PROMOCYJNE PŁATKI ŚNIADANIOWE LUBELLA



Dodawane do płatków gratisy: karty, figurki do składania



**Lubella**

TRADYCJA OD 1881

*Najlepsze ze złota*

# DZIAŁANIA PROMOCYJNE PŁATKI ŚNIADANIOWE LUBELLA

Limitowane edycje



Licencja DC Justice League



Licencja Disney Kraina Lodu

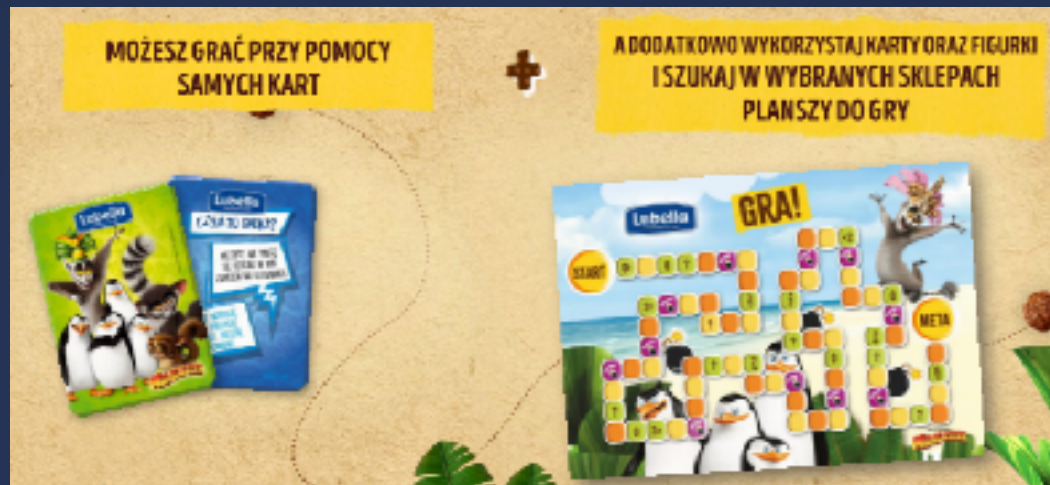


# DZIAŁANIA PROMOCYJNE PŁATKI ŚNIADANIOWE LUBELLA



## Promocje konsumenckie

Odblaskowe plecaki w gratisie



# DZIAŁANIA PROMOCYJNE PŁATKI ŚNIADANIOWE LUBELLA



Działania w sklepach spożywczych, hipermarketach (POSy, woblery na półkach, standy, plakaty, listwy cenowe, kampanie BTL-owe np. degustacje, konkursy)





# DZIAŁANIA PROMOCYJNE PŁATKI ŚNIADANIOWE LUBELLA



## Wykorzystanie influencerów

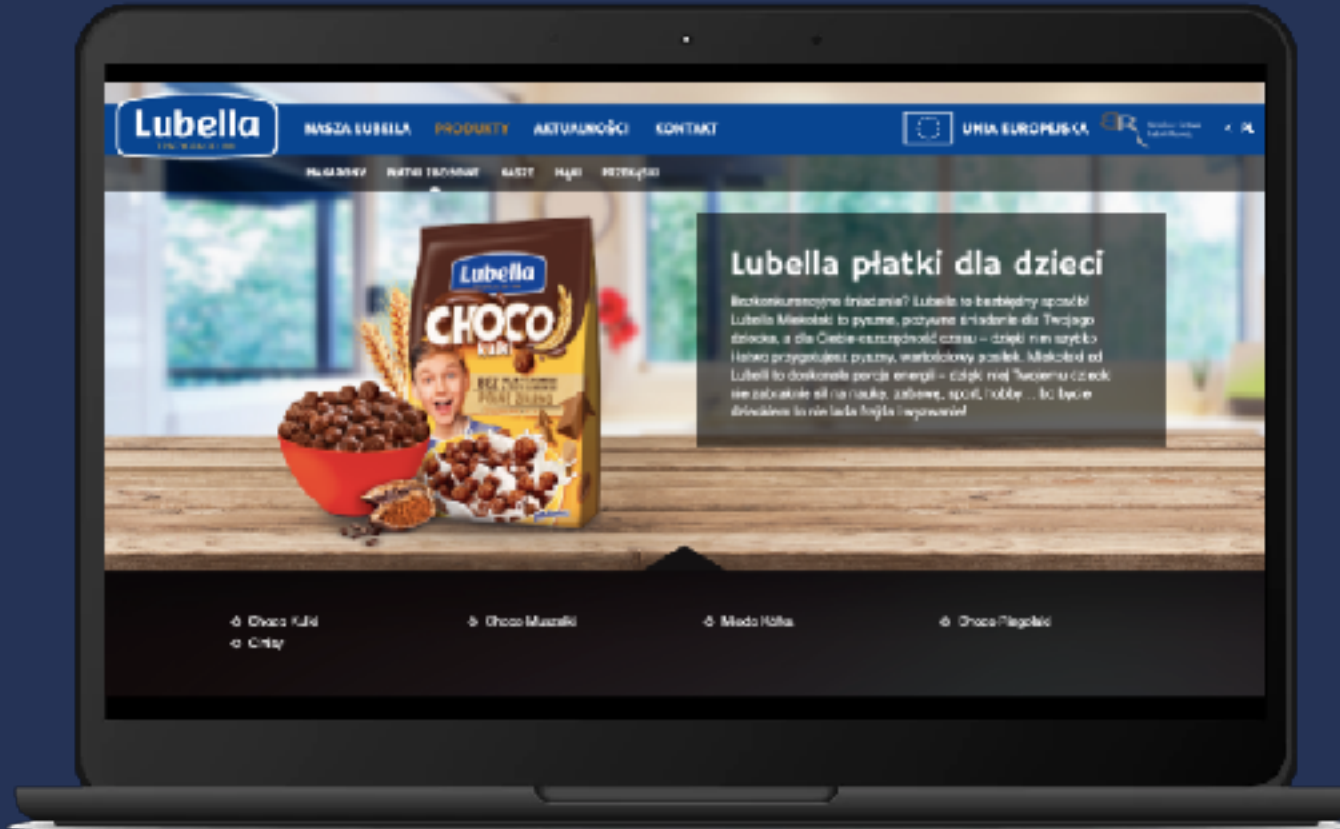
- Podkreślenie jakości składu produktu marki Lubella:
- Brak tłuszczu palmowego
- Brak syropu glukozowo-fruktozowego



*Kliknij i zobacz*



# STRONA INTERNETOWA PŁATKI ŚNIADANIOWE LUBELLA



*Kliknij i przejdź  
na stronę*



# NETOGRAFIA



- [https://pl.wikipedia.org/wiki/Płatki\\_śniadaniowe](https://pl.wikipedia.org/wiki/Płatki_śniadaniowe)
- <https://amerykapolsku.com/2019/11/26/warto-wiedziec-historia-platkow-sniadaniowych/>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Breakfast\\_cereal](https://en.wikipedia.org/wiki/Breakfast_cereal)
- <https://histmag.org/Z-innej-beczki-Platki-kukurydziane-7819/>
- <https://maspex.com/produkty-kategoria/makarony-i-wyroby-zbozowe/>
- <https://lubella.pl/>
- <https://www.nestle-cereals.com/pl/pl/>
- <http://superbrands.pl/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=AjOy3fvVEIU>
- <https://interbrand.com/best-global-brands/nestle/>
- <https://www.pb.pl/lubella-postawila-na-platki-sniadaniowe-82939>
- [https://www.nestle.pl/aboutus/nasza\\_historia](https://www.nestle.pl/aboutus/nasza_historia)
- [https://mfiles.pl/pl/index.php/Struktura\\_produkту](https://mfiles.pl/pl/index.php/Struktura_produkту)
- Ranking najcenniejszych polskich marek XIV edycja, 23.02.2018, Rzeczpospolita
- <https://biznes.interia.pl/download/p.iplsc.com/-/0009MXEQ98EAAL4U.pdf>



Dziękujemy za uwagę

**Lubella**

TRADYCJA OD 1881

*- Najlepsze za siebie -*

