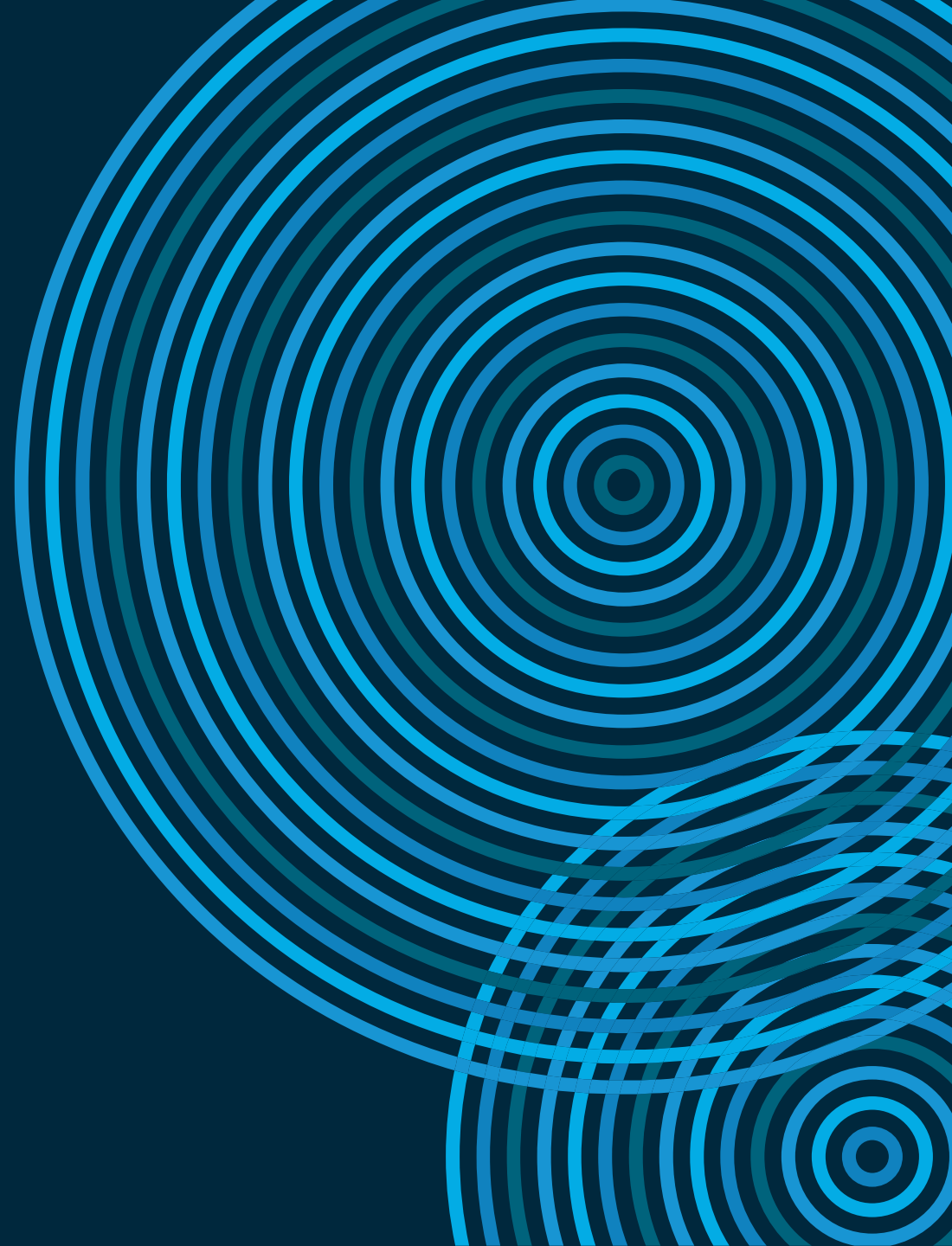


# Wyniki finansowe 1Q'22

12 maja 2022 r.



# Oświadczenie

Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji.

Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.

# Prelegenci



**MIROSŁAW BŁASZCZYK**  
PREZES ZARZĄDU



**MACIEJ STEC**  
WICEPREZES ZARZĄDU DS. STRATEGII



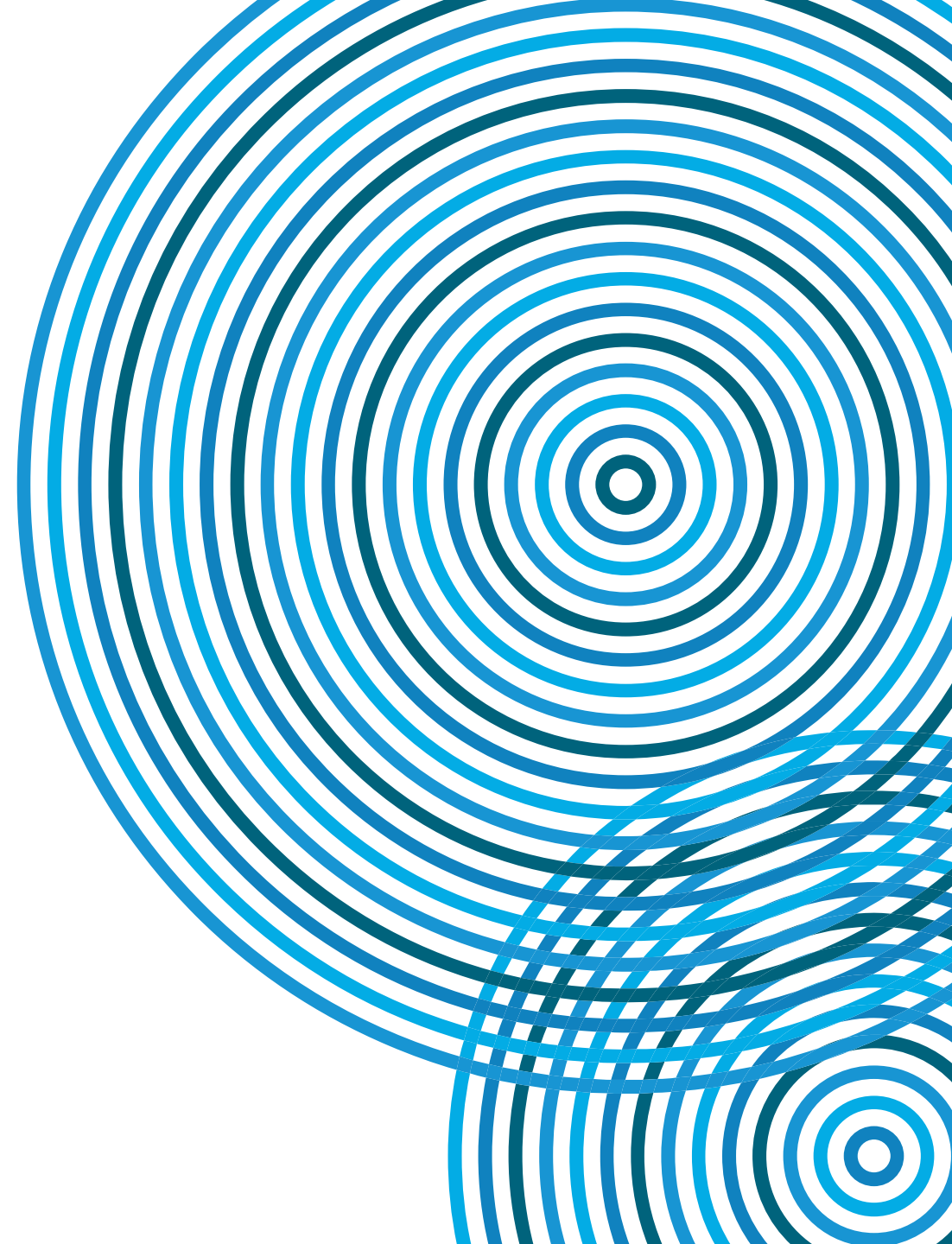
**KATARZYNA OSTAP-TOMANN**  
CZŁONEK ZARZĄDU, CFO



**STANISŁAW JANOWSKI**  
PREZES ZARZĄDU, TELEWIZJA POLSAT

# Agenda

1. **Najważniejsze wydarzenia 1Q'22**
2. **Działalność operacyjna**
3. **Wyniki finansowe**
4. **Podsumowanie i Q&A**



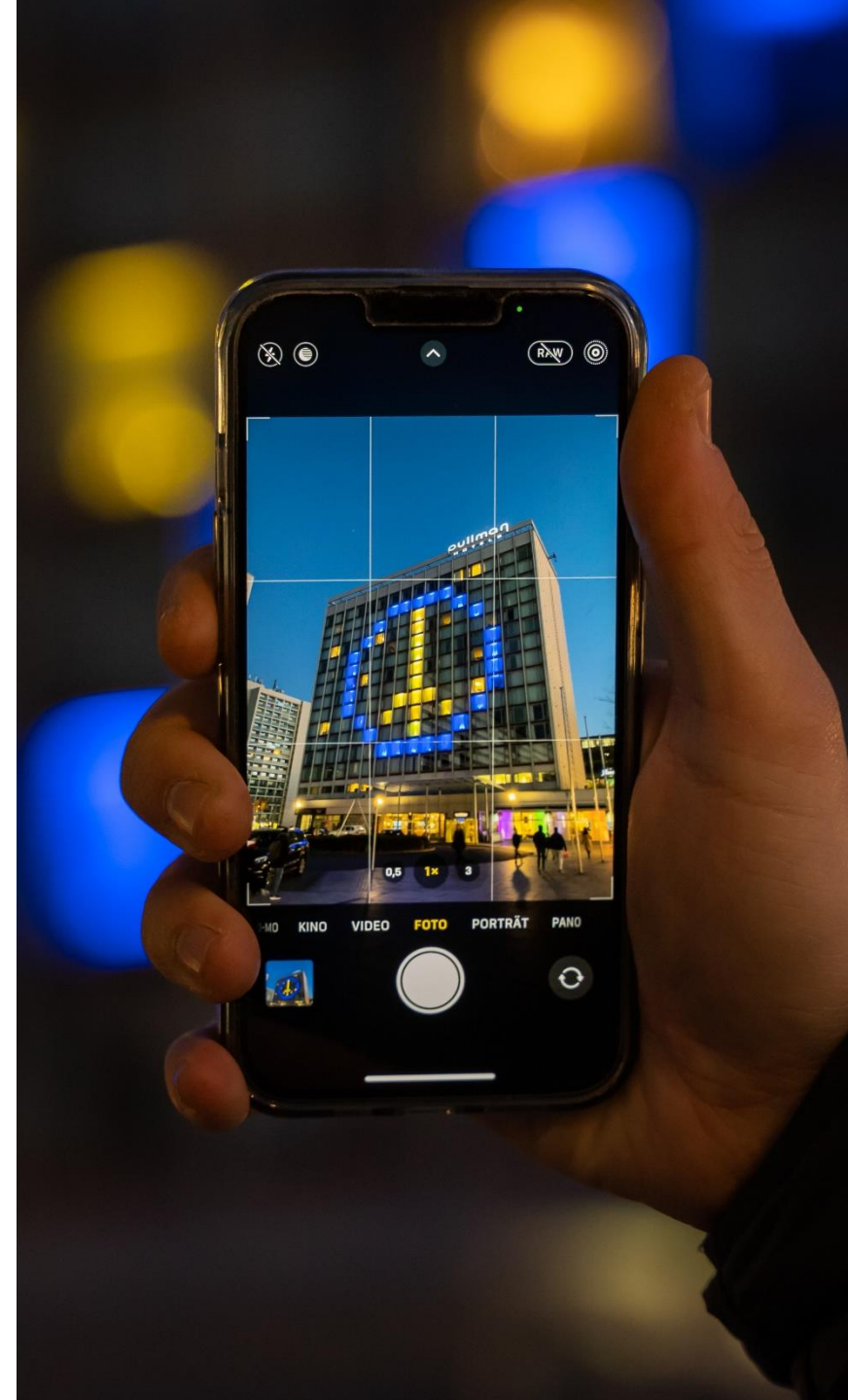
# Najważniejsze wydarzenia 1Q'22



**Mirosław Błaszczuk**  
*Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat*

# Najważniejsze wydarzenia 1Q'22

- 1Q'22 to kwartał znaczącej zmiany sytuacji geopolitycznej i makroekonomicznej (galopująca inflacja, rosnące stopy procentowe, zerwane łańcuchy dostaw)
- Skutecznie realizujemy strategię multiplay i budujemy wartość naszych klientów, konsekwentnie utrzymując niski churn
- Nasze wyniki operacyjne przekładają się na stabilny, powtarzalny wzrost przychodów
- Prowadzimy wspólnie z ZE PAK szereg intensywnych działań nakierowanych na szybkie uruchomienie produkcji czystej energii i zielonego wodoru w ramach naszej *Strategii 2023+*
- Nabyliśmy udziały w wyjątkowym projekcie deweloperskim zlokalizowanym w ścisłym centrum Warszawy – Port Praski
- Uruchomiliśmy szereg działań w ramach wsparcia i solidarności z obywatelami Ukrainy



# Działalność operacyjna



# Segment mediowy: telewizja i online



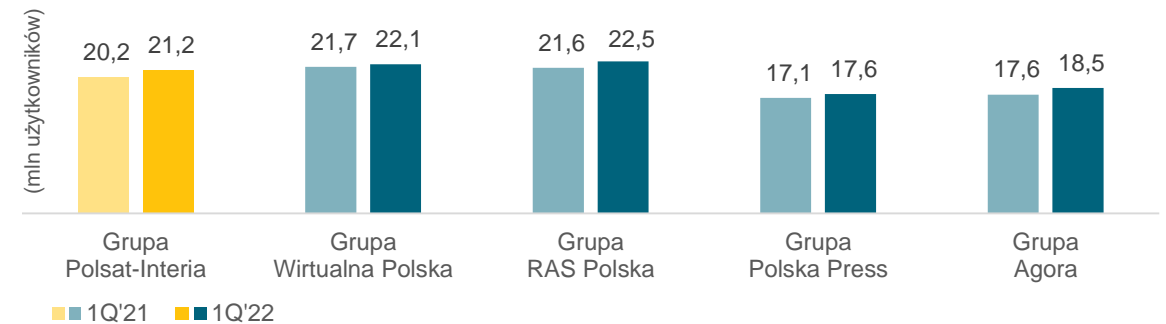
**Stanisław Janowski**  
*Prezes Zarządu, Telewizja Polsat*



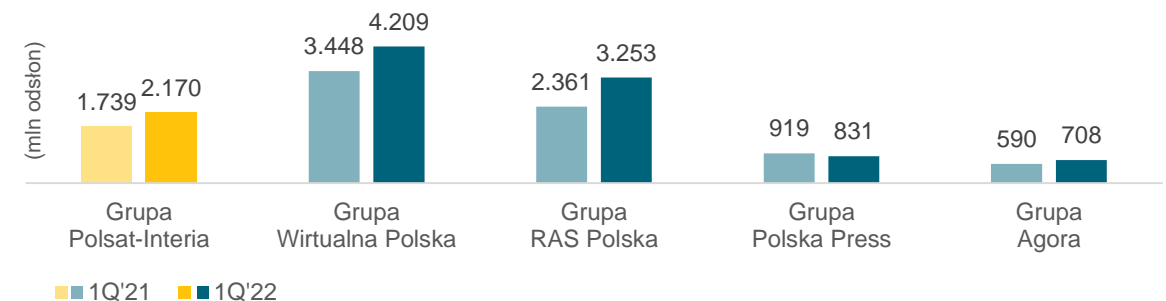
# Liczba użytkowników naszych portali internetowych wzrosła do ponad 21 mln

- Jesteśmy wiodącym wydawcą internetowym w Polsce dzięki dokonanej akwizycji Interia.pl
- Nasza wiodąca pozycja w mediach internetowych:
  - 21,2 mln użytkowników oraz
  - 2,2 mld odsłon
- Zgodnie z planem zrealizowaliśmy zapowiadane synergie i kontynuujemy budowę naszej pozycji na rynku portali internetowych

## Średniomiesięczna liczba użytkowników



## Średniomiesięczna liczba odsłon

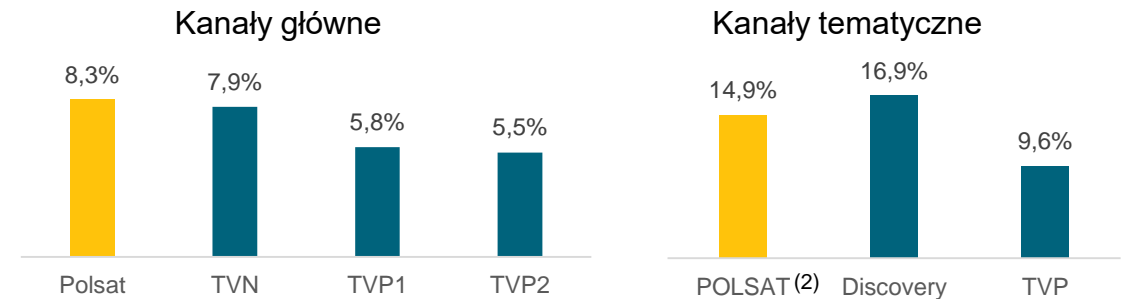


Źródło: Mediapanel, liczba użytkowników - wskaźnik real users, liczba odsłon - wskaźnik views

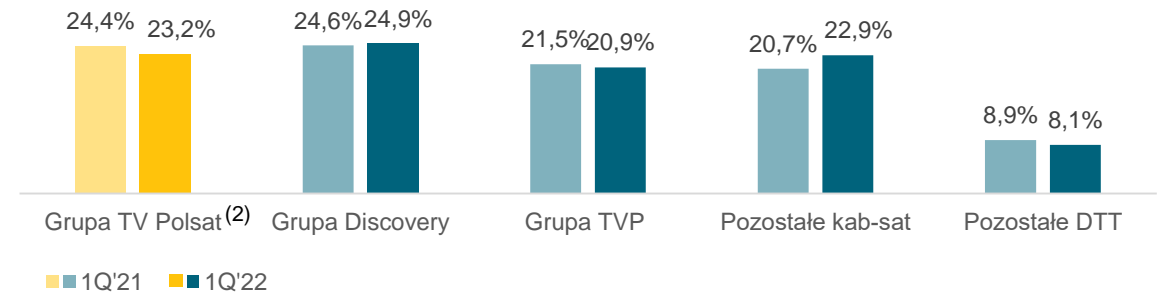
# Oglądalność naszych kanałów w 1Q'22

- Kanał główny liderem oglądalności w grupie komercyjnej (16-59 lat)

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-59, cała doba; SHR%, uwzględniono oglądalność Live+2<sup>(1)</sup>, od września 2021 r. z uwzględnieniem oglądalności poza miejscem zamieszkania, (tzw. widownia OOH), analizy własne

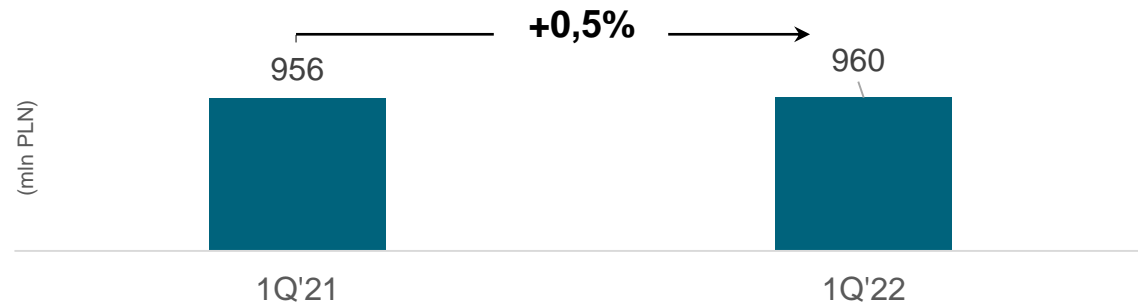
Nota: (1) oglądalność z dnia emisji i z 2 kolejnych dni (tzw. *Time Shifted Viewing*)

(2) z wyłączeniem kanałów partnerskich: Polsat Viasat Explore, Polsat Viasat Nature, Polsat Viasat History, JimJam, CI Polsat, Polsat Comedy Central Extra

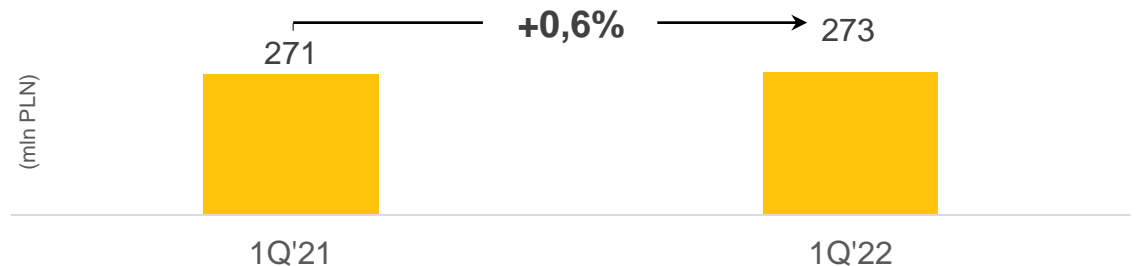
# Pozycja na rynku reklamy w 1Q'22

- Dynamika przychodów z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat zgodna z rynkiem
- W efekcie nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej i sponsoringu osiągnął poziom 28,4%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



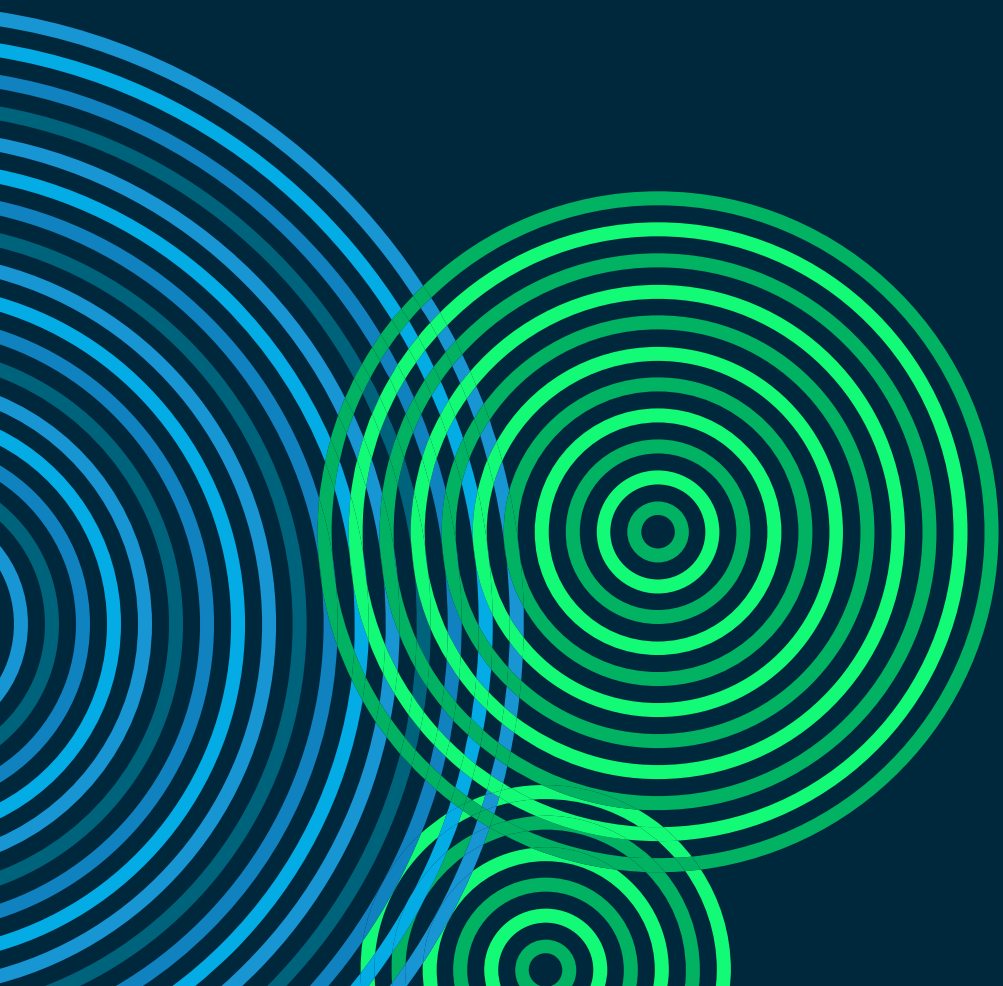
## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



Źródło: Publicis Groupe, dane wstępne, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy własne

Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Publicis Groupe

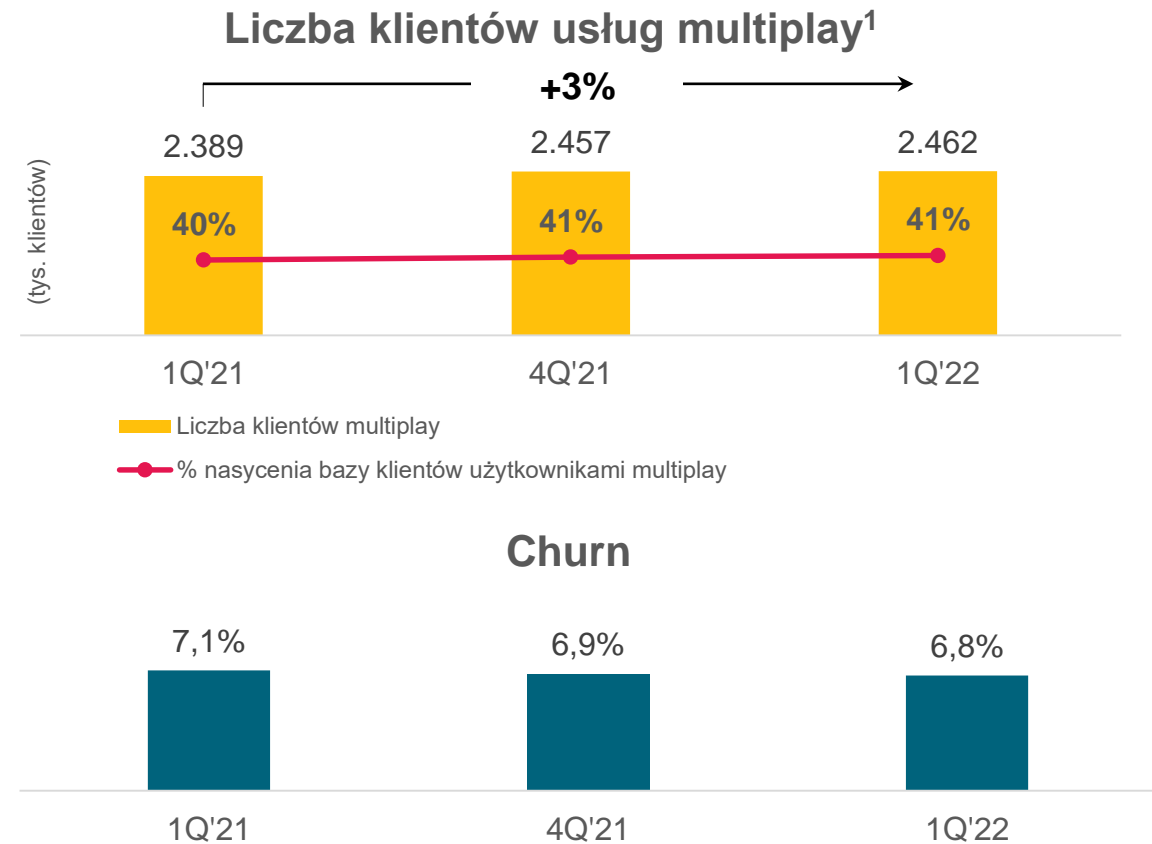
# Segment usług B2C i B2B



**Maciej Stec**  
*Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat*

# Prawie 2,5 miliona klientów oferty multiplay

- Konsekwentna realizacja strategii multiplay skutkuje stabilnym wzrostem liczby klientów tych usług o 73 tys. r/r
- Liczba RGU posiadanych przez tych klientów rośnie do 7,36 mln
- Niezmiennie niski poziom churn – głównie dzięki naszej strategii multiplay

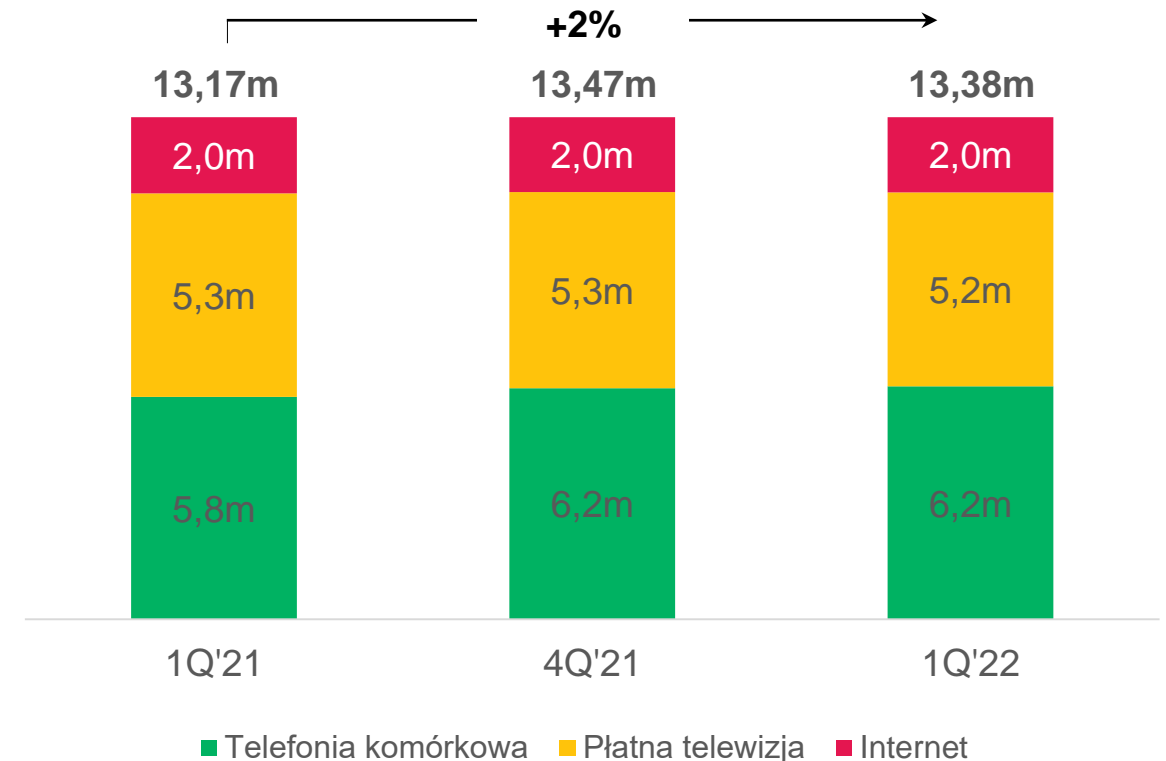


Nota: (1) Obejmuje klientów usług pakietowych spółek z Grupy Netia oraz Premium Mobile

# Nasi klienci B2C korzystają z coraz większej liczby usług kontraktowych

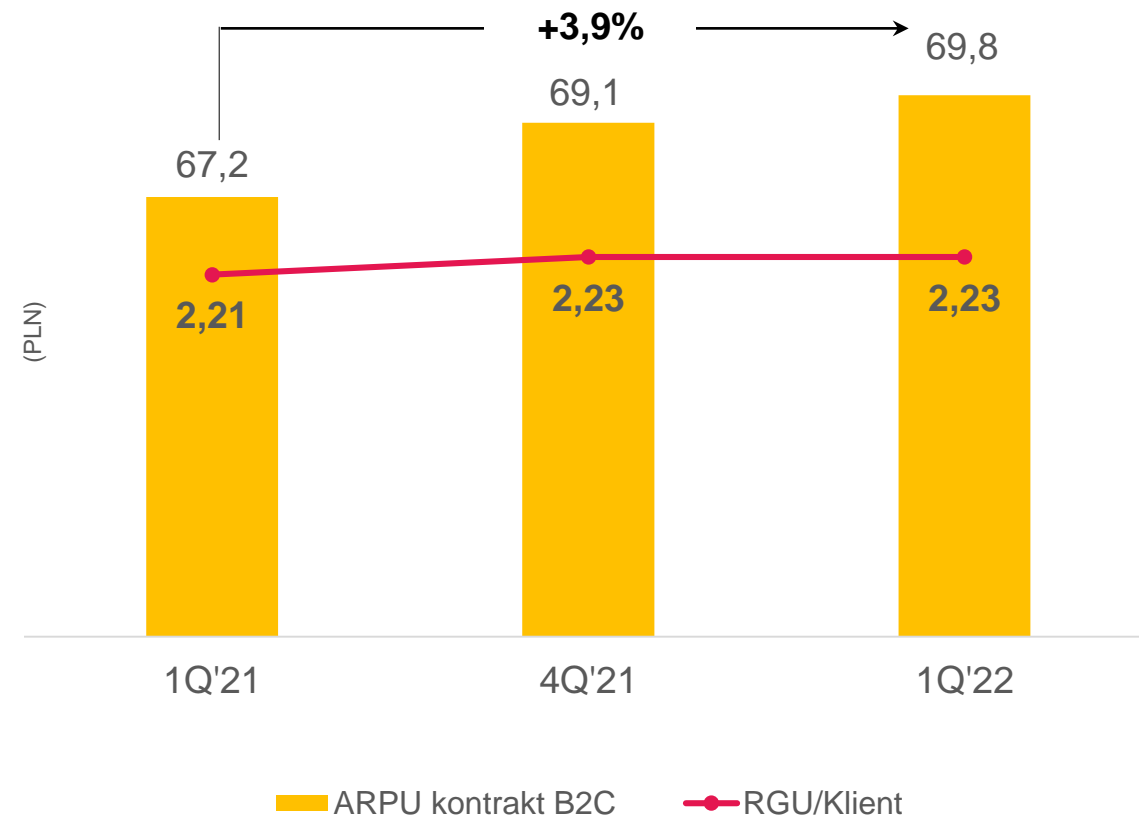
- Przyrost liczby usług kontraktowych o 207 tys. r/r
- Wzrost RGU telefonii komórkowej to efekt skutecznej realizacji strategii dosprzedaży usług do pojedynczego klienta oraz skutecznego dbania o satysfakcję klientów, jak również akwizycji operatora Premium Mobile

Liczba RGU w segmencie kontraktowym B2C



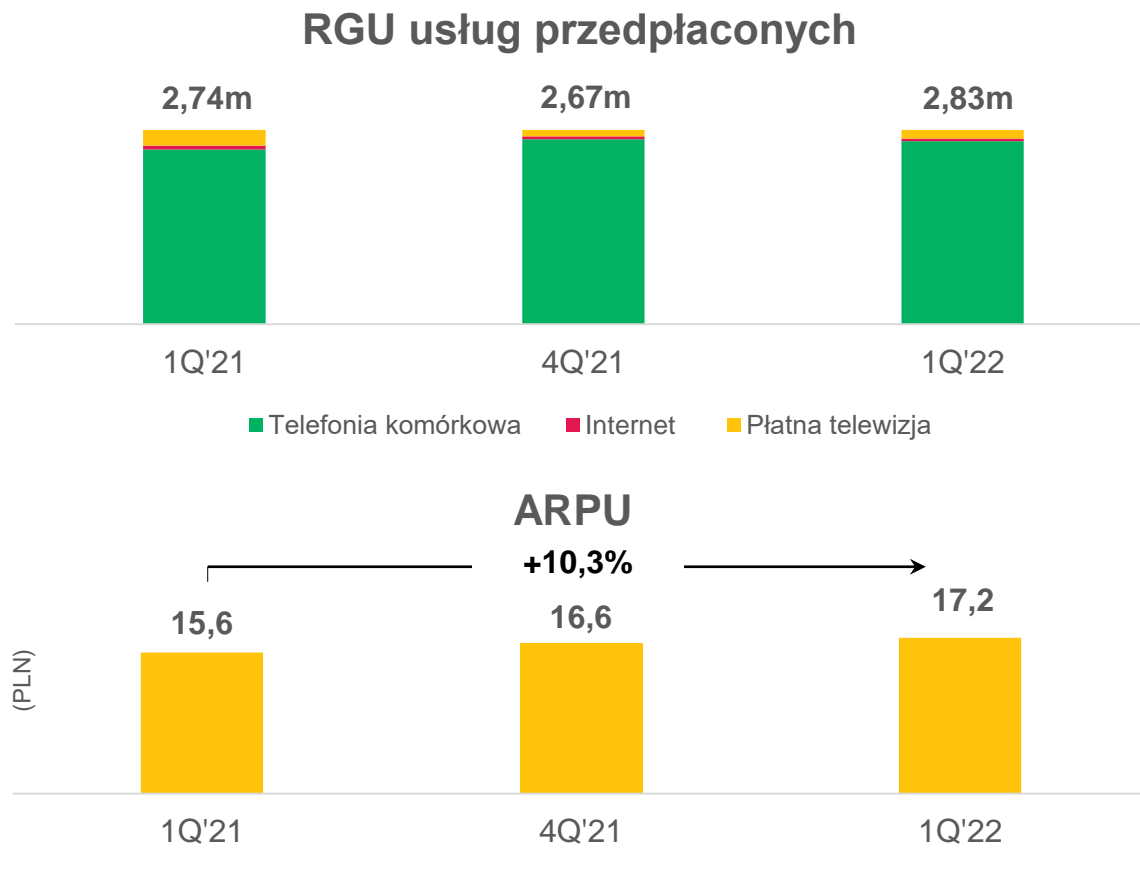
# Wzrost ARPU w segmencie B2C dzięki konsekwentnej realizacji strategii multiplay oraz popularyzacji taryf 5G

- Wzrost ARPU o 3,9% r/r wynikający z konsekwentnej budowy wartości istniejącej bazy klienckiej
- Skuteczna dosprzedaż produktów w ramach strategii multiplay niezmiennie odzwierciedla się we wzroście wskaźnika saturacji RGU na klienta



# Rosnąca baza i ARPU usług przedpłaconych

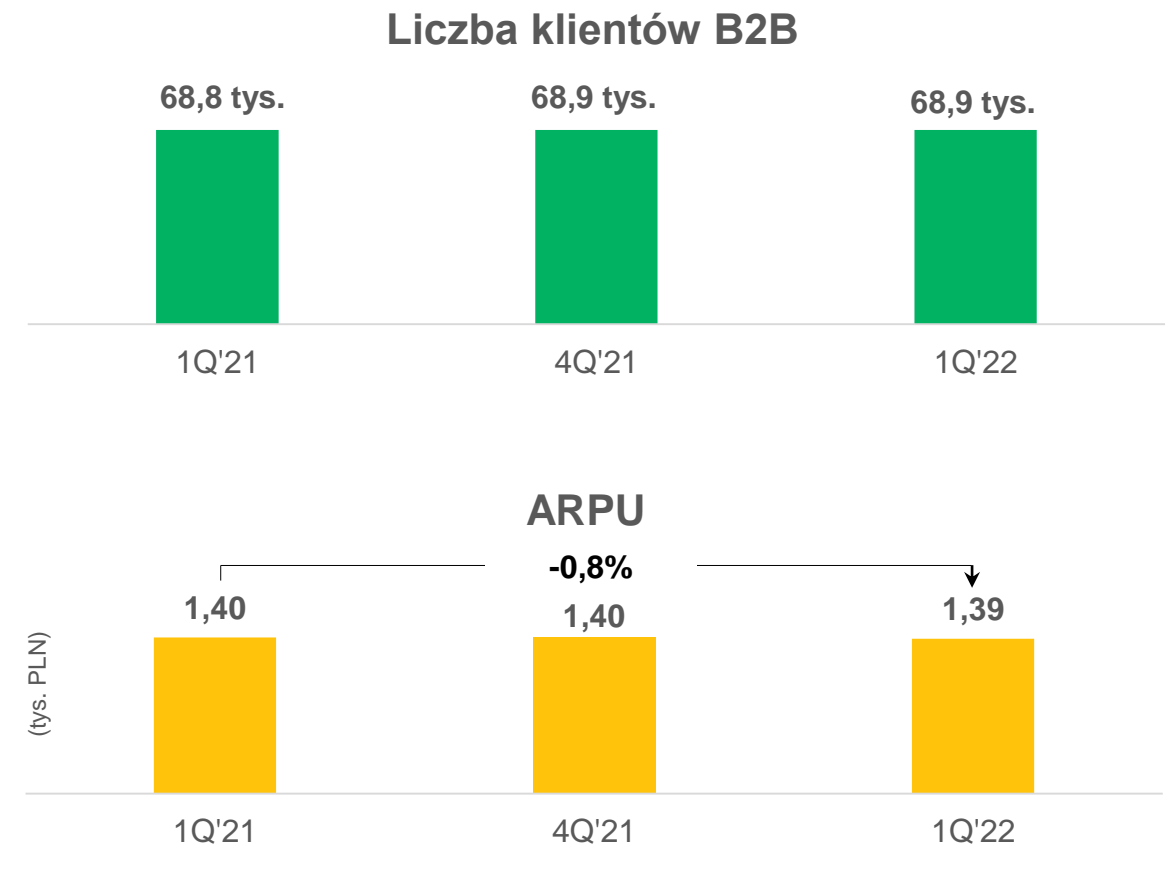
- Skokowe przyspieszenie w liczbie przedpłaconych RGU telefonii mobilnej związane z akcją wsparcia, polegającą na dystrybucji darmowych starterów umożliwiającą bezpłatną komunikację dla nowoprzybyłych uchodźców z Ukrainy
- Wzrost ARPU dzięki zmianom w ofercie mobilnej oraz w ofercie telewizyjnej (repozycjonowanie serwisu streamingowego Polsat Box Go). Obserwujemy również rosnącą skłonność klientów do wybierania rozwiązań pakietowych zamiast ofert opartych o model *pay-as-you-go*



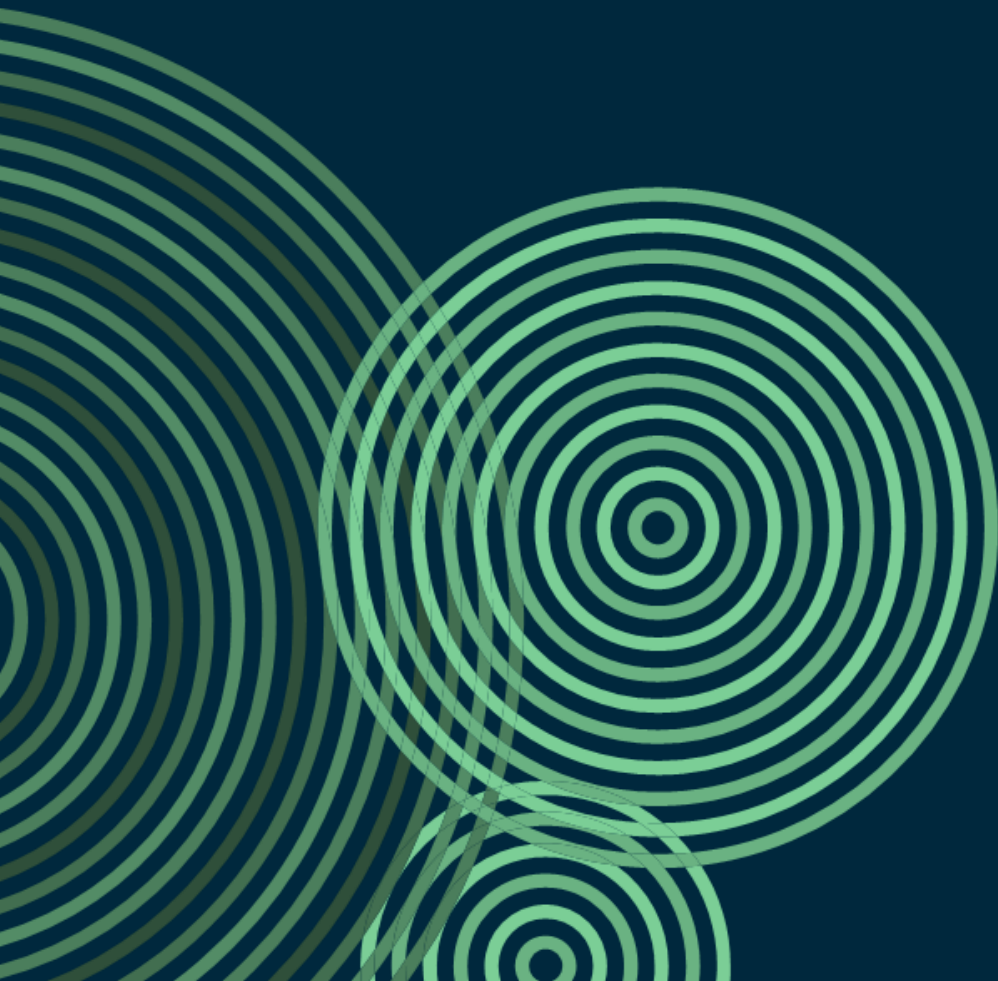


# Wysoka baza i stabilne ARPU klientów B2B

- Grupa Polsat Plus obsługuje 68,9 tys. klientów B2B skutecznie utrzymując skalę swojej bazy
- Sukcesywnie poszerzana oferta usług komunikacyjnych i teleinformatycznych pozwala utrzymać ARPU klientów B2B na wysokim poziomie 1,4 tys. PLN/m-c



# Segment czysta energia









**Maciej Stec**

*Wiceprezes Zarządu, Cyfrowy Polsat*

# Szybki rozwój segmentu czysta energia nabiera zupełnie nowego wymiaru w kontekście wyzwań geopolitycznych Europy

## Cel #1: Chcemy – wspólnie z ZE PAK – stać się wiodącym producentem czystej, zielonej energii

biomasa	słońce	wiatr on-shore	termiczna przeróbka odpadów	wiatr off-shore	SMR
<b>Cel: 100 MW</b>	<b>Cel: 600 MW</b>	<b>Cel: 250 MW</b>	<b>Cel: 2 instalacje</b>	<b>Cel: wsparcie</b>	<b>Cel: wsparcie</b>
					
Działa	Działa	Faza budowy	Zainicjowane	Zainicjowane	Faza analizy

## Cel #2: Chcemy – wspólnie z ZE PAK – stać się wiodącym producentem zielonego wodoru

zielona energia	produkcja zielonego wodoru	magazynowanie i transport	dystrybucja zielonego wodoru	produkty dla użytkowników	produkty dla użytkowników
<b>Energia ze słońca</b> <b>Energia z wiatru</b> <b>Energia z biomasy</b>	<b>Cel: Elektrolizernia 100 MW</b> <b>Produkcja 40t zielonego H<sub>2</sub> na dobę</b>	<b>Cel: Magazynowanie i transport z użyciem baterii butli</b> <b>40t H<sub>2</sub> na dobę</b>	<b>Cel: Budowa sieci stacji tankowania zielonym wodem</b> <b>30 stacji tankowania</b>	<b>Cel: Produkcja polskich autobusów wodorowych</b> <b>&gt;100 autobusów rocznie</b>	<b>Cel: Popularyzacja użytkowania aut wodorowych w Polsce</b> <b>100 aut we flocie własnej</b>
					
Działa	Pierwszy elektrolizer w Q3'22	Pierwsze magazyny testowane	Pierwsze stacje w fazie pozwoleń na budowę	Prototyp autobusu gotowy Fabryka w przygotowaniu	Auta wodorowe aktywnie użytkowane przez pracowników

# Szybko implementujemy kolejne działania w celu budowy nowego segmentu biznesowego Czysta Energia

- Uzyskaliśmy przyłącze dzielone (*cable pooling*) dla instalacji fotowoltaicznych i gazowych zlokalizowanych w Przykonie
- Mamy potwierdzenie wykonawców farm wiatrowych Miłosław i Kazimierz Biskupi (łącznie 27MW), iż wojna w Ukrainie nie wpłynie na terminowość realizacji inwestycji (planowany 3Q'23). Prace nad kolejnymi projektami również przebiegają zgodnie z planem
- Dostawa pierwszego elektrolizera potwierdzona na 3Q'22
- Nasz autobus wodorowy uzyskał homologację europejską i w najbliższym czasie zostanie zaprezentowany
- Pracujemy nad zawarciem umowy na budowę fabryki autobusów wodorowych zlokalizowaną w Świdniku
- Złożyliśmy wnioski o dofinansowanie budowy i uruchomienia kilku stacji tankowania wodorem oraz fabryki autobusów wodorowych w ramach programu NFOŚ i strategii wodorowej Polski



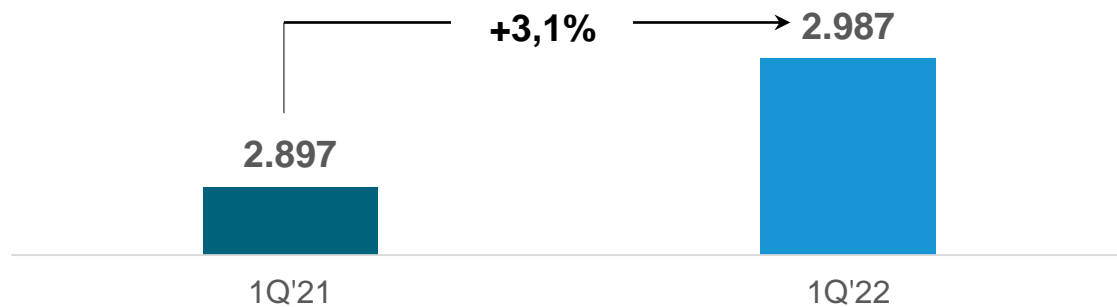
# Wyniki finansowe



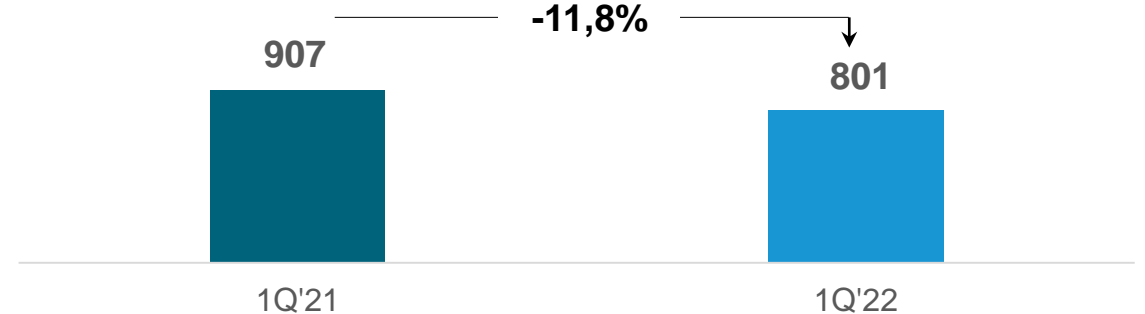
**Katarzyna Ostap-Tomann**  
*Członek Zarządu, Cyfrowy Polsat*

# Wyniki Grupy w 1Q'22

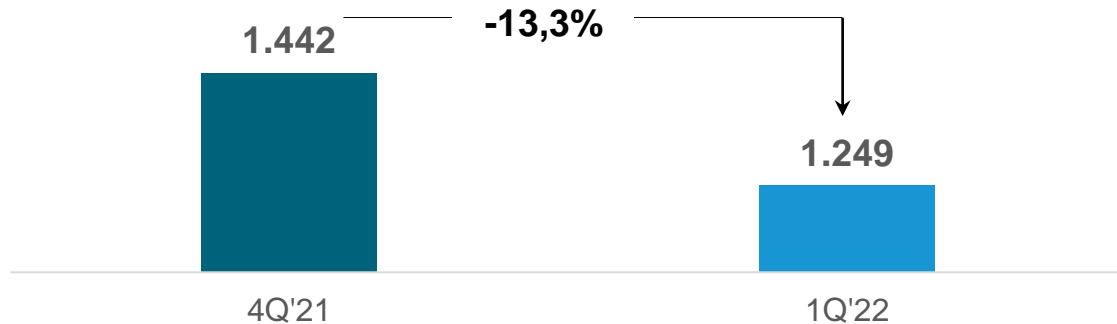
## Przychody skorygowane o deltę IC



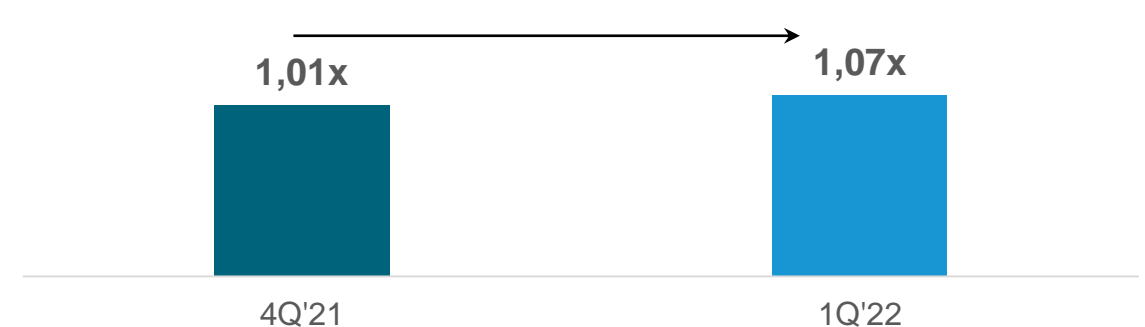
## EBITDA skorygowana, z wył. wyniku NetCo i kosztu wsparcia Ukrainy<sup>1</sup>



## LTM FCF



## Dług netto/EBITDA LTM

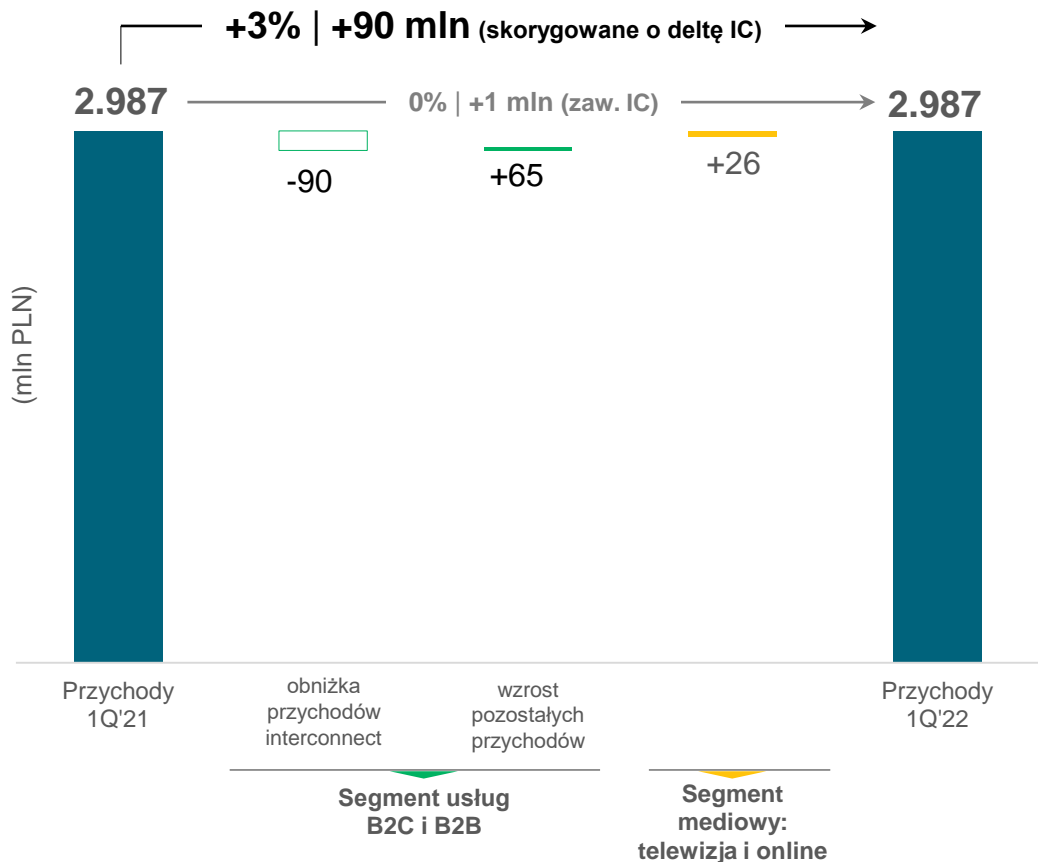


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

(1) EBITDA z pominięciem w 1Q'21 wyniku EBITDA NetCo (175,3 mln zł) oraz w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy (34,1 mln zł)

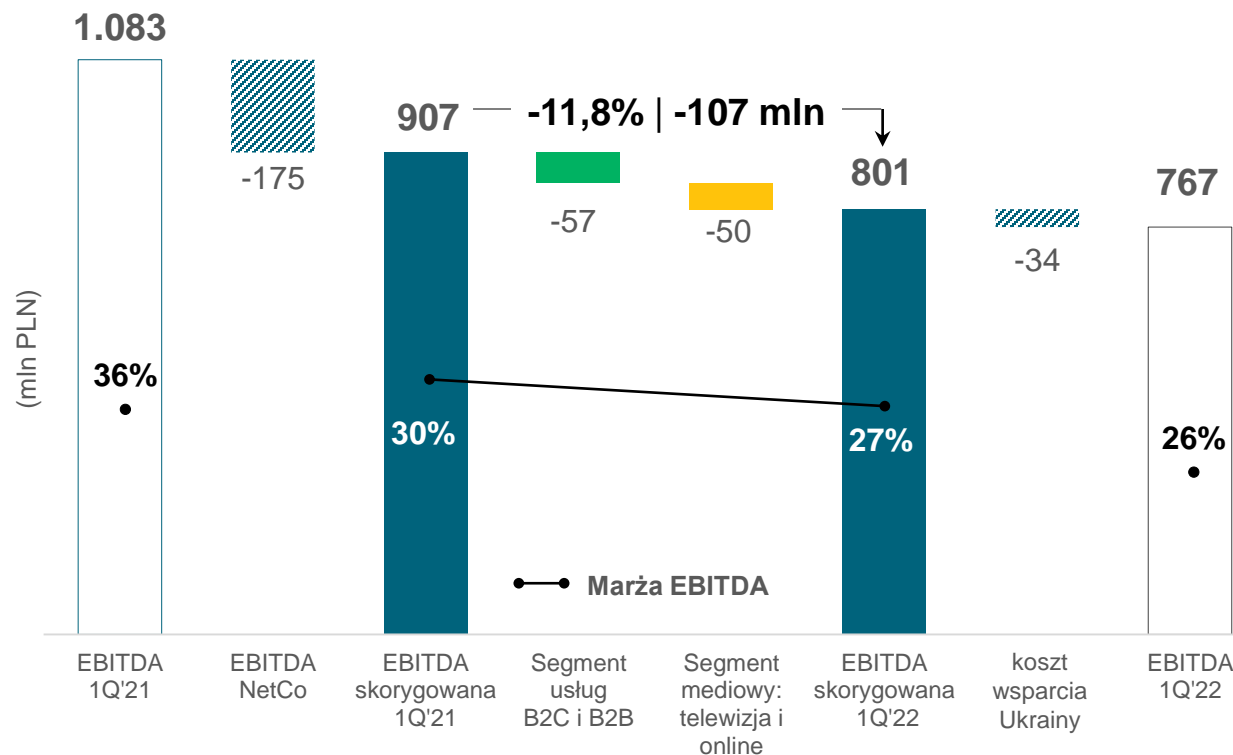
# Przychody i EBITDA – czynniki zmian

## Przychody ze sprzedaży



## EBITDA

skorygowana, z wył. wyniku NetCo i kosztu wsparcia Ukrainy<sup>1</sup>



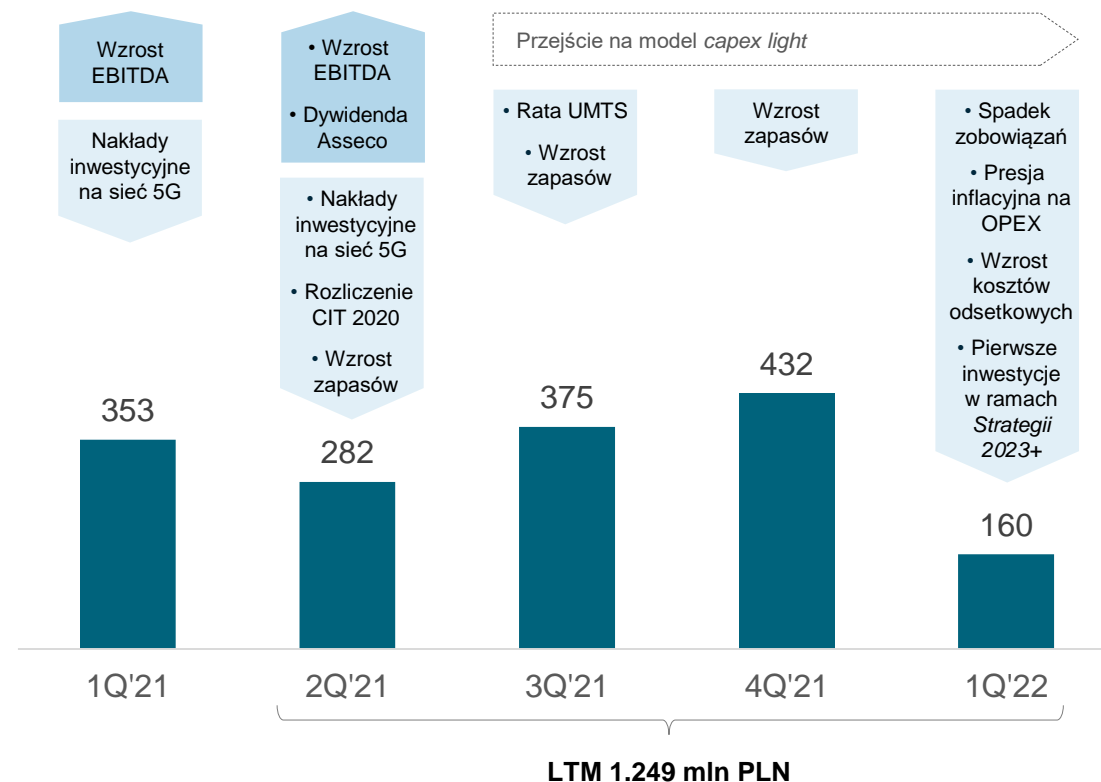
Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

(1) EBITDA z pominięciem w 1Q'21 wyniku EBITDA NetCo (175,3 mln zł) oraz w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy (34,1 mln zł)

# Czynniki makroekonomiczne oraz nowe inwestycje odzwierciedlają się na poziomie generowanego FCF

mIn PLN	1Q'22
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	579
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-535
Spłata odsetek od kredytów, pożyczek, obligacji, rozliczenie instrumentów pochodnych	-72
Spłata zobowiązań i odsetek z tytułu leasingu	-58
<b>FCF po odsetkach</b>	<b>-87</b>
Płatności z tytułu koncesji	6
Projekty akwizycyjne	13
Udzielone pożyczki	193
Koszty wsparcia Ukrainy	34
<b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>	<b>160</b>

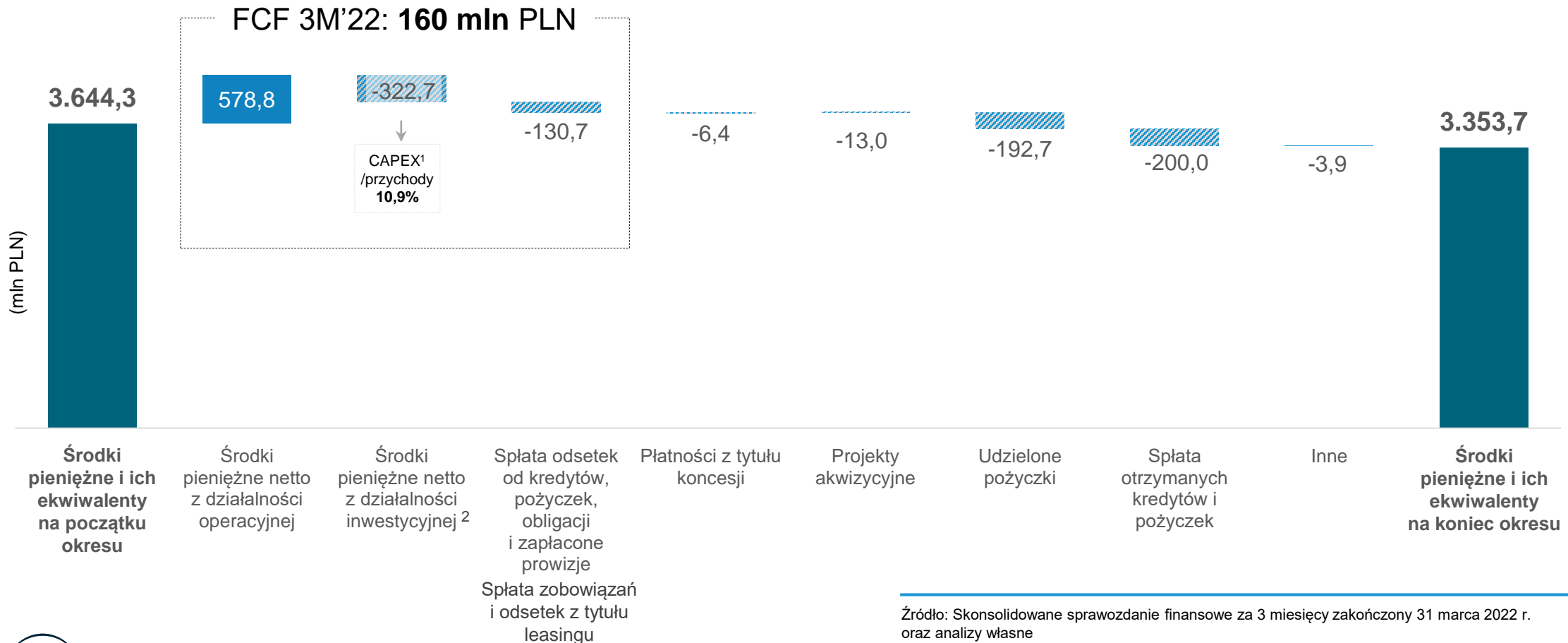
## Skorygowany FCF po odsetkach



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne



# Silna pozycja płynnościowa Grupy Polsat Plus umożliwia udzielenia wsparcia gotówkowego celem przyspieszenia realizacji projektów z obszaru OZE



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Wydatki na nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych

(2) Po wyłączeniu płatności z tytułu koncesji, projektów akwizycyjnych oraz udzielonych pożyczek

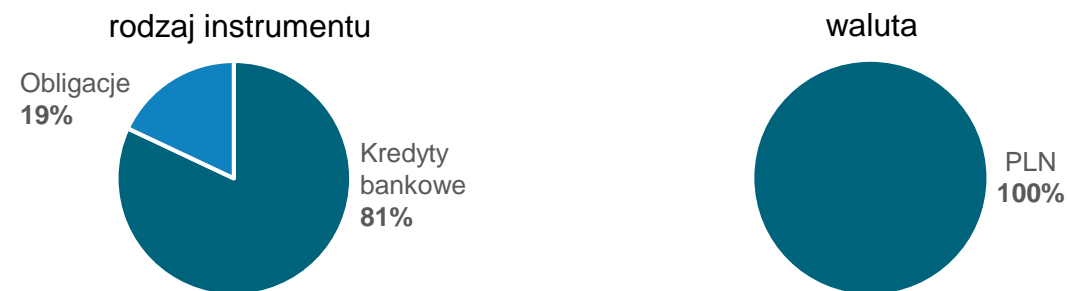
# Zadłużenie Grupy

mln PLN	Wartość bilansowa na dzień 31.03.2022
Kredyt Terminowy (transza A i B)	8.560
Kredyt Rewolwingowy	0,0
Obligacje	2.035
Leasing i inne	671
<b>Zadłużenie brutto</b>	<b>11.266</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>1</sup>	(3.354)
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>7.912</b>
EBITDA LTM	7.384
<b>Całkowite zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>1,07x</b>
Średni ważony koszt odsetek od kredytu i obligacji <sup>2</sup>	6,8%

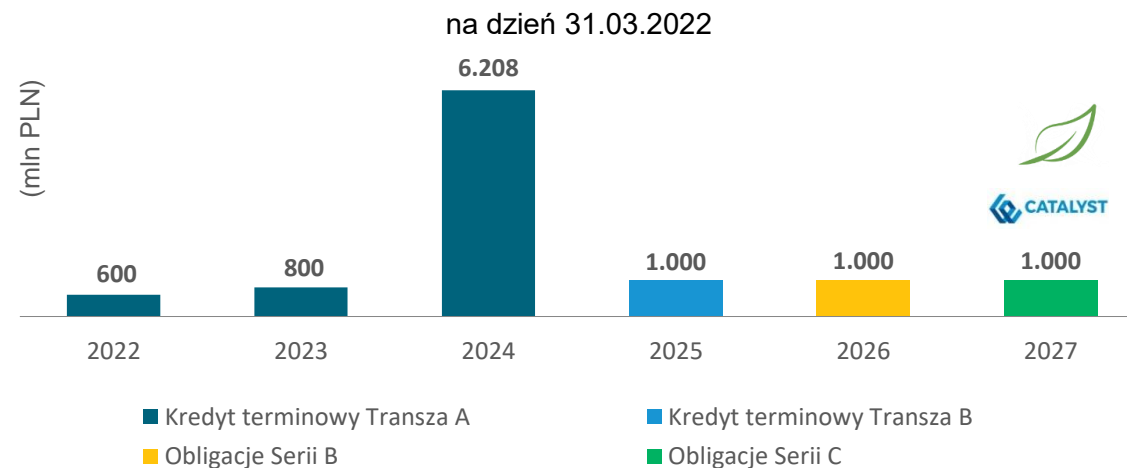
<sup>1</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych.

<sup>2</sup> Prospektywny średni ważony koszt odsetkowy Kredytu Terminowego (wraz z Kredytem Rewolwingowym) oraz Obligacji Serii B i Obligacji Serii C, wg stanu na dzień 6 maja 2022 roku przy WIBOR 1M na poziomie 5,34% i WIBOR 6M - 6,55%, nie uwzględniając instrumentów zabezpieczających.

## Struktura zadłużenia



## Zapadalność długu



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

# Podsumowanie i Q&A



**Mirosław Błaszczuk**  
*Prezes Zarządu, Cyfrowy Polsat*

# Podsumowanie & Q&A

- Rok 2022 przynosi znaczące wyzwania natury geopolitycznej i makroekonomicznej
- Skutecznie realizujemy naszą strategię multiplay, a nasze wyniki operacyjne przekładają się na stabilny, powtarzalny wzrost przychodów detalicznych
- Koncentrujemy się na utrzymaniu naszej wysokiej bazy klientów i konsekwentnym budowaniu wartości naszego klienta (ARPU), a jednocześnie dopasowaniu kosztów do nowych wyzwań
- Wdrażamy naszą *Strategię 2023+*, koncentrując się na skutecznej realizacji strategii multiplay w segmencie telekomunikacyjno-medialnym oraz dynamicznym rozwoju nowego segmentu Czysta Energia
- Nasza *Strategia 2023+* wpisuje się w dynamicznie zmieniający się krajobraz gospodarczy, potrzeby naszych klientów oraz stabilny i planowy rozwój naszego biznesu



# Dodatkowe informacje



# Wyniki segmentu usług B2C i B2B

<b>mln PLN</b>	<b>1Q'22</b>	<b>zmiana r/r</b>
Przychody ze sprzedaży	2.526	-1%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.827	13%
EBITDA skorygowana <sup>2</sup>	704	-8%
Marża EBITDA skorygowana <sup>2</sup>	27,9%	-1,9pkt%

- Wysokie tempo budowy ARPU przekłada się na powtarzalny wzrost przychodów detalicznych, który kompensuje ubytek przychodów hurtowych wynikający z regulacji stawek MTR/FTR
- Wynik EBITDA segmentu pod wpływem wyższych kosztów, w szczególności wzrostu kosztów energii elektrycznej

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

(2) EBITDA z pominięciem w 1Q'21 wyniku EBITDA NetCo oraz w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy

# Wyniki finansowe segmentu mediowego

mln PLN	1Q'22	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	534	5%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	433	20%
EBITDA skorygowana <sup>2</sup>	97	-34%
Marża EBITDA skorygowana <sup>2</sup>	18,1%	-10,7pkt%

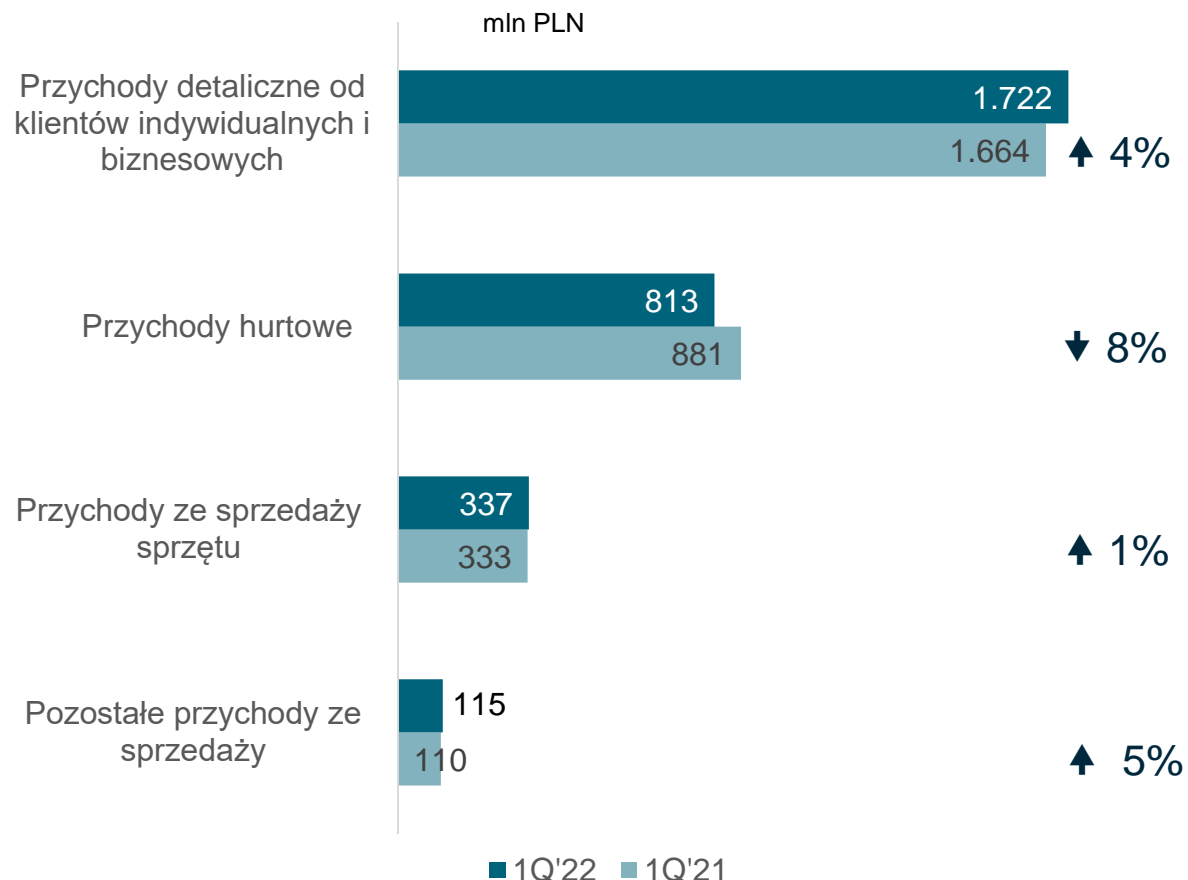
- Zdrowy wzrost przychodów ze sprzedaży reklamy i sponsoringu w naszych kanałach telewizyjnych i portalach internetowych przejściowo spowolniony w marcu w efekcie niepewności wywołanej wojną w Ukrainie
- Licząc na lepsze perspektywy rynku reklamy zdecydowaliśmy się utrzymać ofertę programową zgodnie z pierwotnymi założeniami

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji

(2) EBITDA z pominięciem w 1Q'22 kosztu wsparcia Ukrainy

# Struktura przychodów ze sprzedaży

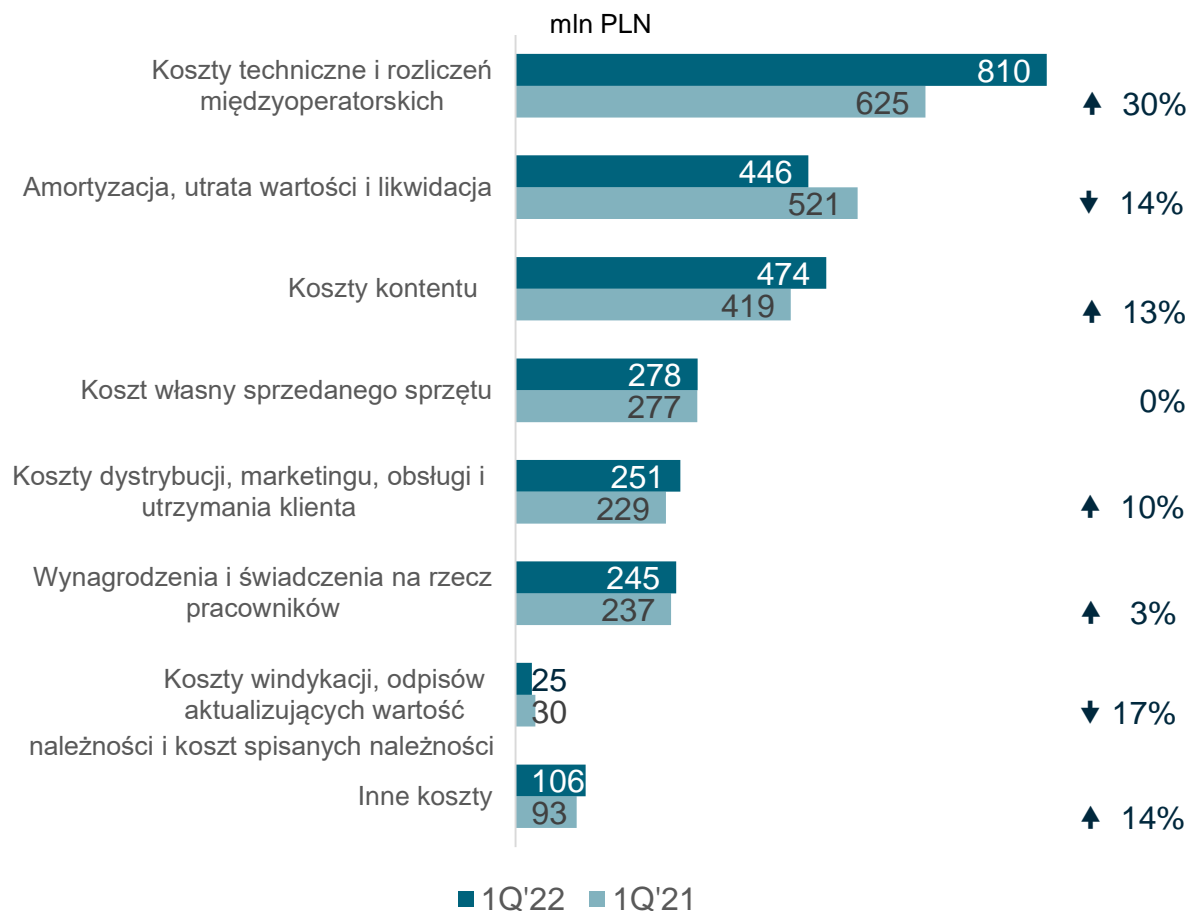


- Wzrost **przychodów detalicznych od klientów indywidualnych i biznesowych** dzięki skutecznej realizacji naszej strategii budowania wartości klienta, co znajduje odzwierciedlenie w wysokiej dynamice wzrostu ARPU, jak również w związku z konsolidacją od lipca 2021 r. wyników spółki Premium Mobile.
- Niższy poziom **przychodów hurtowych** przede wszystkim w wyniku regulacyjnego, sukcesywnego obniżania stawek międzyoperatorskich MTR i FTR za zakańczanie ruchu w naszej sieci przez innych operatorów. Ponadto, w związku z przejściem kontroli nad spółką Premium Mobile w 2H'21 nastąpiła eliminacja konsolidacyjna przychodów hurtowych generowanych na transakcjach z tą spółką. Dodatkowo, w efekcie rozpoczętej wojny w Ukrainie, nasze przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu nie wykazały w 1Q'22 oczekiwanego przez nas wzrostu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne



# Struktura kosztów operacyjnych



- Wyższe **koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich** przede wszystkim na skutek rozpoznania kosztów wynikających z zawarcia umowy dotyczącej użytkowania infrastruktury mobilnej sprzedanej na rzecz Cellnex Poland, jak również wyższych kosztów energii elektrycznej pozostających pod silną presją inflacyjną. Wzrost ten został częściowo zniwelowany przez spadek kosztów rozliczeń międzyoperatorskich, związany z regulacyjnymi obniżkami stawek MTR/FTR.
- Spadek kosztów **amortyzacji, utraty wartości i likwidacji** przede wszystkim w wyniku sprzedaży spółki zależnej.
- Wzrost **kosztów kontentu** przede wszystkim w wyniku rozpoznania wyższych kosztów produkcji własnej, amortyzacji praw sportowych i licencji filmowych. Odzwierciedla to naszą decyzję o alokacji większych budżetów celem zwiększania atrakcyjności oferty programowej naszych kanałów telewizyjnych, jak również wzrost kosztu emisji filmów.
- Wzrost **kosztów dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta** m.in. na skutek wyższych kosztów dystrybucji i logistyki związanych z działalnością na rynku fotowoltaiki, jak również dodatkowych kosztów związanych z promocjami dla naszych klientów opartymi o mechanizm *cash back*. Czynnikiem dodatkowo wpływającym na wyższe koszty w tej kategorii jest konsolidacja kosztów spółki Premium Mobile.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za 3 miesiące zakończony 31 marca 2022 r. oraz analizy własne

# Definicje

<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna, generująca przychód detaliczny usługa płatnej telewizji świadczonej w dowolnej technologii, dostępu do Internetu mobilnego lub przewodowego lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>Klient</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w modelu kontraktowym. Klient identyfikowany jest na poziomie unikalnego numeru PESEL, NIP lub REGON.
<b>ARPU na klienta B2C/B2B</b>	Średni miesięczny przychód detaliczny od Klienta wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym.
<b>ARPU na RGU prepaid</b>	Średni miesięczny przychód detaliczny wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym w przeliczeniu na jednostkę RGU prepaid.
<b>Churn</b>	<p>Rozwiązanie umowy z Klientem B2C w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym.</p> <p>Wskaźnik churn prezentuje stosunek liczby klientów, którym dezaktywowano ostatnią usługę (w drodze wypowiedzenia, jak i dezaktywacji w wyniku działań windykacyjnych lub z innych przyczyn) w okresie ostatnich 12 miesięcy do średniorocznej liczby klientów w tym 12-miesięcznym okresie.</p>
<b>Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)</b>	Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych.

# Relacje Inwestorskie

Cyfrowy Polsat S.A.  
ul. Konstruktorska 4  
02-673 Warszawa

Tel.: +48 (22) 426 85 62  
+48 (22) 356 65 20  
+48 (22) 337 93 14

Email: [ir@cyfrowypolsat.pl](mailto:ir@cyfrowypolsat.pl)

<https://grupapolsatplus.pl>

