

Wywiady i artykuły

[wszystkie wywiady i artykuły »](#)Paweł Piotrowicz / 16 marca 2010 **onet.pl**

Czesław Mozil (fot. A. Rawicz / Onet.pl)

Szału nie ma

Muzyka to też biznes, na którym każdy zarobić chce, choć nie każdy może

Jak podpisać w Polsce kontakt płytowy? Ile artysta dostaje od jednego sprzedanego egzemplarza? Dlaczego warto mieć dobrego menedżera? No i czy zawsze na graniu koncertów zarabia się takie sumy, o jakich się przeciętnemu Kowalskiemu nie śniło? Jeśli chcesz poznać odpowiedzi na te i inne pytania, koniecznie przeczytaj ten artykuł.

W powszechnej opinii popularny muzyk to ktoś, kto bez względu na to, co gra, złapał Pana Boga za nogi. Dlaczego? Bo jego codzienność jest lepsza, łatwiejsza i niewątpliwie przyjemniejsza. Stał się przecież rozpoznawalny, otwierają się przed nim każde drzwi, może do woli korzystać z uroków życia i podróżować po kraju czy świecie, mieszkając w luksusowych hotelach. Do tego co chwilę spotyka się łechtającym jego próżność uwielbieniem fanów, a każdy wieczór to okazja do imprezowania i szaleństw. A jak przesadzi z wydatkami? Z podreperowaniem budżetu nie ma raczej żadnego problemu – wszak szuflada ugina się od propozycji intratnych kontraktów reklamowych! Życie, nie umierać.

Rzeczywistość, i to nie tylko w Polsce, nie zawsze jest taka kolorowa. Jeśli jakiejś muzycznej gwiazdzie starczy na kupno willi w Hiszpanii, to najczęściej po wielu latach utrzymywania się w ścisłej czołówce. Codzienność, zwłaszcza młodego muzyka, to przede wszystkim ciężka harówka, a zarobki uzależnione są od sezonowej koniunktury. – Sukcesy bardzo cieszą, ale ludziom od razu się wydaje, że jak ktoś sprzeda kilkadziesiąt tysięcy płyt, to ma wtedy z tego same kokosy i spędza weekendy na Majorce. A to nieprawda – zauważa Czesław Mozil, wntany jako Czesław Śpiewa, twórca podwójnie platynowej płyty "Debiut", która rozeszła się w 60 tysiącach egzemplarzy. – To nie jest tak, że artyści mają ileś tam domów na świecie i podróżują pierwszą klasą, gdzie tylko chcą – mówi Monika Gawlińska, menedżerka zespołu Wilki. – Oczywiście niektórzy dorobili się na muzyce niemałych pieniędzy. Najgorsze jest, że w Polsce o takich osobach mówi się z zawiścią, budzą natychmiast negatywne emocje, spotykają się ze złośliwymi komentarzami. Na świecie nigdzie nie wywołuje to zazdrości. Przeciwnie, motywuje tych, którym nie udało się jeszcze zbyt wiele osiągnąć.

Wielu artystów, takich jak Robert Gawliński, faktycznie tworzy sobie jakąś markę, dzięki której może naprawdę solidnie zarabiać. Na płytach, koncertach, festiwalach, tantiemach z praw autorskich, czasem też na udziałach w programach telewizyjnych czy reklamach, choć to zależy od indywidualnego podejścia artysty i jego wyczucia smaku. Co najbardziej operatywni tworzą swego rodzaju przedsiębiorstwa, którymi zarządzają. Przedsiębiorstwa zatrudniające po kilkanaście czy nawet kilkadziesiąt osób. Wtedy taka willa czy luksusowy samochód prędzej czy później są w zasięgu ręki. A co zrobić, by w ogóle mieć szansę na muzyce zarobić?

Bez względu na to, czy traktuje się swoją karierę jako trampolinę do finansowego eldorado, czy chodzi jednak o muzyczne spełnienie, by cokolwiek osiągnąć, trzeba spełnić szereg warunków i mieć przy tym sporo szczęścia. Warto się przygotować na wiele wyrzeczeń, rozczarowań i nieprzespanych nocy, jak i pamiętać o podstawowych zasadach związanych z realiami rynku. Zwłaszcza, że obwieszczany na każdym kroku koniec wytwórni płytowych, póki co nie nastąpił. I wcale nie jest powiedziane, że szybko nastąpi. Muzyka, poza sporadycznymi sytuacjami, sama się przecież nie wypromuje. A już na pewno nie sprzeda.

Kontrakt, czyli jak nie dać się zrobić w balona

Umowa to podstawa. Bez niej można co prawda gdzieś tam zaistnieć, ale funkcjonować już ciężko. Jeden podpis w wypłynięciu na szerokie muzyczne wody pomaga, ale po jakimś czasie może też być przyczyną sporych problemów. – Artyści często mają o coś pretensje. A przecież wystarczy tylko czytać uważnie podpisywane kontrakty – zauważa Zbigniew Hołdys. I rzeczywiście. Niektóre, nawet najślawniejsze rodzime zespoły przyznają, że stawiły parafkę na różnych dokumentach, nie za bardzo wycytując się w ich treść.

Najgłośniejszym echem odbił się kontrakt z 1993 roku między grupą Hey a Izabelinem Studio, współtworzonym przez Katarzynę Kandlerz. – Myśmy na tym nie zarobili – wspomina w wywiadzie z "Gazetą Wyborczą" Kasia Nosowska. – Byliśmy oszołomionymi dziećmi, które chciałyby mieć swoją płytę i grać koncerty. Kontrakt był bardzo niekorzystny, jednak niezajomość prawa nie usprawiedliwia. Oczywiście my się na to zgodziliśmy. Trzeba było przeczytać kwit, który wiązywał nas niewolniczo z Izabelinem na wiele lat. Mogliśmy poprosić kogoś o radę. Ale byliśmy ufnie. Mnie nigdy nie przychodzi do głowy, że może mnie ktoś zrobić w konia, uśmiechając się serdecznie.

Co więc zrobić, by nie dać się temu zwodniczemu uśmiechowi uwieść? Trzeba pamiętać, że sztuka masowa, ale też i ta wysoka, to przede wszystkim towar, a więc każda związana z nią umowa regulowana jest zwykłymi prawami rynku. Logiczne więc, że ktoś, kto się godzi promować wykonawcę, chce też na tym jak najwięcej zarobić. – Dlatego będzie proponował grupie minimalną stawkę zamiast wcielać się w dobrego wujka mówiącego: "Super chłopaki, znakomita płyta, macie po 20 procent!" – podkreśla Monika Gawlińska. Menedżerka nie ma wątpliwości, co powinien w pierwszej kolejności zrobić młody i pewny swojej wartości zespół. – Zainwestować w prawnika, który zna się na tego rodzaju umowach. Muzycy powinni znaleźć kogoś, kto będzie odpowiednio reprezentował ich interesy i zadba o to, by kontrakt był czytelny i uczciwy. Taki dokument leży w szufladzie i się o nim w zasadzie nie pamięta. Oczywiście do momentu, w którym dochodzi od jakiegoś zgrzytu i trzeba go z tej szuflady wyciągać. Wtedy wszystko zależy od tego, co się podpisało. Z umowami jest tak, że łatwo je podpisywać, ale bardzo trudno renegeować.

Podobnie zdanie do Gawlińskiej ma Maciej Durczak, zajmujący się karierą Łez i Ani Wyszkonii, a przed laty m.in. Ich Troje i Virgin. Nie ma wątpliwości, że jeśli młody człowiek idzie do wytwórni i podpisuje coś bez konsultacji z menedżerem czy prawnikiem, naraża się na niespodzianki, które mogą później jego karierę utrudnić, a nawet zakończyć. – Trzeba uważnie czytać każdy punkt, zarówno związany z procentami od sprzedanej płyty, jak i warunkami promocyjnymi, na przykład liczbą planowanych singli i teledysków – ostrzega. Problem w tym, jak mówi, że sytuacja jest często patowa, gdyż młodzi wykonawcy i tak nie mają zbyt wielkiego wyboru: albo podpiszą, co im podsunie wytwórnia, albo mogą pożegnać się z wydaniem płyty. – Na dyktowanie warunków może sobie pozwolić uznany twórca, który wie, że chętnych do zawarcia z nim takiej umowy jest więcej. Debiut zawsze jest sporym znakiem zapytania, więc wytwórnie bardzo ostrożnie inwestują w coś takiego pieniądze.

Ani zgolić, ani zapuścić

Ewentualne warunki umowy zależą od wielu czynników. Można związać się z wytwórnią dużą (tzw. mejdżersem), średnią lub zupełnie małą albo nawet wydać materiał samemu, podpisując z kimś umowę jedynie na dystrybucję. Jednym wygodniej jest zachować niezależność, inni bez problemu oddają się pod całkowitą opiekę (czyt. kontrolę) pracodawcy, czyli wytwórni. Kontrakt podpisuje się albo na jedną płytę (choć rzadko), albo na kilka, najczęściej nagranych w z góry określonych ramach czasowych. – To one są w tym wszystkim najbardziej chore – zauważa Grabaż, lider Strachów na Lachy, a przed laty siłą napędowa Pidżamy Porno, współpracujący z wytwórnią niezależną. – To jest paranoja. Albo nagrywasz, gdy masz materiał, albo wychodzi ci kupa.

Muzyk nie ukrywa, że wiele zyskał dzięki temu, iż nigdy nie związał się z żadnym dużym rynkowym graczem, tylko niezależną firmą, w której udało mu się wynegocjować w miarę ludzkie i rozsądne warunki, "oczywiście po jakimś tam stażu i zapłaconiu frycowego". – Dla mnie te wszystkie umowy opierają się na zasadzie RWPG, czyli Rosja Wybrała Polsce Gierka, Gierek Podzielił Wszystkim Równo, Rosji Wszystko, Polsce Gówno. Wystarczy, że album nie pójdzie w jakiejś tam założonej przez wytwórnię liczbie egzemplarzy i ta natychmiast traci muzykiem zainteresowanie. On nie może nic zrobić, bo ma przecież papier, który go wiąże – dodaje. Same warunki, jakie często się proponuje w mejdżerskich, nazywa karygodnymi. – Artysta nie może na przykład bez zgody wydawcy z nikim współpracować, zrobić na boku duetu czy wystąpić gościnnie na płycie. Nie pozwala mu się też znacząco zmienić wyglądu, przytyć, schudnąć, zapuścić wąsów ani zgolić, gdyby takowe miał.

Współpracę ze średniej wielkości wytwórnią bardzo chwali Czesław Mozil. Sam określa siebie szczęściarzem, gdyż wszystkie jego relacje z wydawcą są, jak mówi, niesamowicie szczerze i bezproblemowe. – Słyszysz się często różne plotki o dziwnych sytuacjach, o tym że zespoły podpisują kontrakty na kilka płyt, a jako że pierwsza się nie sprzedała, nie mogą wydać następnych i stoją w miejscu. Muszę jednak powiedzieć, że mnie nie przytrafiło się absolutnie nic złego. Oczywiście samą umowę bardzo dokładnie przed podpisaniem przeczytałem.

Generalnie, im umowa zawarta na dłuższy czas, tym lepiej dla wytwórni – w razie umiarkowanego nawet sukcesu istnieje większe prawdopodobieństwo, że zainwestowane, czyli pożyczone środki się zwrócą. Te środki to przede wszystkim budżet przeznaczony na płytę, a więc zaliczka od wytwórni, którą artysta spłaca z zysków, jakie wcześniej sobie wynegocjował. Ich wysokość zależy od wielkości firmy, potencjału zespołu i jego stażu na scenie. Sylwester Adam, muzyk formacji See You At Midnight, której debiutancki album trafi do sprzedaży przed wakacjami, nazywa taką pożyczkę zwykłą lichwą. – Po podpisaniu dokumentu i tak nie wiesz, jakie dokładnie będą budżety, bo nigdzie nie jest to zapisane. Samo zanieżenie wytwórni nie jest problemem – te małe, z prawie zerowym katalogiem, nie mają też żadnych wymagań wobec zespołów. Problem w tym, że nie dają nic w zamian. Roześlą z okazji premiery maile do kilku zino i na tym koniec. To jest dobre, ale dla osiemnastolatków, którzy chcą coś wydać dla samej frajdy – mówi muzyk. Jego zespół, po długich i bezowocnych poszukiwaniach, zdecydował się wydać swoją płytę własnym sumptem, podpisując jedynie umowę na dystrybucję.

Większość grup podpisuje jednak zwyczajne tradycyjne umowy. W razie klapy czy niewywiązania się z warunków firma sama może rozwiązać kontrakt. Może choć, nie musi. Gdy jest jednak dobrze, zaczyna się liczenie zysków. Sam artysta nie ma co marzyć o szybkim przelewie, chyba że płyta jest

wielkim sukcesem. Jeśli dla przykładu koszt jej nagrania wyniósł 50 tysięcy zł, a zysk ze sprzedaży – 150 tysięcy, różnica dzielona jest między wytwórną a zespół. Koszty producenta, studia czy nawet wynajętych muzyków sesyjnych pokryte były w budżecie, nie są więc przedmiotem tantiem, nawet jeśli dany tytuł sprzedaje się w milionie egzemplarzy.

Procent od zawartości, czyli lepiej samemu komponować

Kontrakt mieści w sobie wiele rzeczy, a kwestią podstawową są pieniądze, jakie artysta zarabia od sprzedanego egzemplarza płyty. A właściwie powinien zarabiać, bo w praktyce w Polsce nie jest z tym zbyt dobrze. – Wiele zależy od poziomu inwestycji firmy i jej polityki finansowej – mówi Maciej Durczak. Przy dobrze sporządzonym kontrakcie najważniejszy jest popyt na dany tytuł. – Szału nie ma – nie ukrywa Grabaż. Faktycznie. W Polsce na sprzedaży muzyki się właściwie nie zarabia, chyba że mówimy o tak niespodziewanych wystrzałach jak pierwsza płyta grupy Feel, która rozeszła się w ponad 200 tysiącach egzemplarzy, co przekłada się na jakieś 5-6 milionów zł – z czego około 500 tysięcy powinno trafić do zespołu. Tylko przypominamy, by artyście wpadło coś z takiego krążka do jego kieszeni, musi najpierw spłacić wytwórni dług związany z jej inwestycją w produkcję i promocję krążka. – Zarobkować na płytach oczywiście się da, ale jest to bardzo indywidualna kwestia – mówi Czesław Mozil. – Zdarza się, że zespoły są świetnie przejmowane na koncertach, ale jakoś nie sprzedają wielu płyt. Samo ich nagranie bywa dużym wydatkiem, sięgającym często 100 tysięcy złotych. A jeśli jakaś kapela ma czterech czy pięciu członków, to ewentualne profity naprawdę nie są takie znaczące.

Zwykły kontrakt daje wykonawcy średnio 8-9 procent od ceny detalicznej sprzedanego egzemplarza, z tym, że im popularniejszy wykonawca, tym ta średnia idzie do góry – i odwrotnie. I raczej nie przekracza 12 procent, choć zdarza się, że spada poniżej 5, a nawet sięga... zera. I wcale nie chodzi tu tylko o niespłacony kredyt na nagranie. Przed laty dość głośno było o polityce jednej z dużych, ale niezależnych firm, które płaciły zespołom dopiero wtedy, gdy te sprzedawały więcej niż 700 sztuk swoich tytułów. W praktyce bardzo często dane były zaniżane...

Jeśli płyta sprzeda się 10-15 tysiącach egzemplarzy, zyski mogą być odczuwalne. Poniżej tego pułapu jest już z tym ciężko. Nie ma jednak tego złego... Muzycy bez problemu reperują budżet na w inny sposób. W dłuższej, bo dożywotniej perspektywie, najbardziej zauważalne są zyski z tytułu praw autorskich, wypłacane przez Stowarzyszenie Autorów ZAiKS. – To jest podstawowe źródło utrzymania artystów – mówi Monika Gawlińska. Warunek podstawowy: wykonawca musi być kompozytorem lub autorem tekstu. Lepiej więc pod tym względem mają Kayah, Ania Dąbrowska czy Tomek Makowiecki, zazwyczaj samodzielnie piszący teksty i muzykę, od Dody, zatrudniającej zewnętrznych autorów. Dla zespołów z wieloletnim stażem, mających mnóstwo granych wszędzie przebojów, takie tantiemy to nic innego jak gwarancja nie tylko stałych comiesięcznych wpływów, ale i dostatejnej muzycznej emerytury. Świetnie wiedzą o tym Maanam, Perfect, Lady Pank czy Romuald Lipko, autor niezliczonej liczby przebojów Budki Suflera. Ich zyski z samych tylko praw autorskich sięgają kilku tysięcy złotych miesięcznie. Skąd takie sumy? Stąd, że w naszym kraju istnieje ponad dwieście rozgłośni radiowych i blisko sto stacji telewizyjnych – każda kolejna piosenka, wykorzystana choćby w kilkusekundowym fragmencie, to dodatkowe złotówki na koncie jej autora. Dlatego bardzo dobrze zarabiają również artyści, którzy nigdy nie zagrali żadnego koncertu, zwłaszcza autorzy tekstów, z Jackiem Cyganem czy Andrzejem Mogielnickim na czele.

Nietanie granie

O zarobkach koncertowych czołowych polskich zespołów krążą mity i legendy. Mówi się nawet o 100 tysiącach zł za jeden występ! Średnia stawka wielkiego wykonawcy czy zespołu waha się między 35 a 55 tysiącami. W czołówce znów znajdują się weterani, jak Bajm, Budka Suflera, nieco z nimi również zasłużeń Perfect czy Lady Pank, choć wysoko stoją też Wilki, Maryla Rodowicz czy Krzysztof Krawczyk. Dopiero z nimi są młodsze, choć też wielkie gwiazdy, jak Feel czy Doda. Powód? Krótsza kariera, w trakcie której nie zdążyli jeszcze uzbierać tylu przebojów. Poza tym ich koncerty cieszą się mniejszym zainteresowaniem, gdyż nie przyciągają kilku pokoleń wychowanych na starych przebojach słuchaczy. Nie zmienia to faktu, że koncertowanie jest najszybszą formą zarobkowania, pod warunkiem, że zespół jest popularny – młodzi muzycy grają często za zwrot kosztów podróży. – To prawda, że artyści odpłacają swoje rachunki głównie z honorariów za koncerty – mówi Piotr Wieteska, opiekujący się grupą Kult. – Należy jednak pamiętać, że wiele zależy od tego, ile takich występów ma w swoim kalendarzu dany wykonawca i dla jakiej gra publiczności. Jeśli słucha go trzysta osób, profity nie mogą być duże. Nie bez znaczenia są też takie czynniki jak charakter imprezy, cena biletów, miasto czy nawet dzień tygodnia. Rozstrzał cenowy takich stawek jest więc dość duży i trudno wskazać średnią.

Oczywiście najwięcej do podziału dostają liderzy zespołów, choć tu również nie ma reguł, a wszelkie uogólnianie nie będzie niczym innym jak zwykłym gdybaniem. Monika Gawlińska zwraca tu uwagę na często pomijany przez media aspekt. – Ludziom się wydaje, że jak te Wilki dostaną 40 tysięcy za koncert, to są straszne pieniądze. A przecież tych pieniędzy do kieszeni nie bierze jeden Gawliński ani pięciu facetów grających na scenie.

Im droższa organizacja koncertu, tym wyższa stawka. Grupa Bajm, która nie występuje wiele, bierze około 100 tysięcy złotych, ale połowę tych pieniędzy pochłania pełna rozmachu produkcja, jak na polskie warunki imponująca. W przypadku innych zespołów takie koszty są niższe, ale również mają olbrzymie znaczenie. – Przy koncertach Wilków zatrudnionych jest 13 osób, w tym dwóch kierowców, dwóch technicznych, ludzie od nagłośnienia przodów i dźwięku na scenie, od świateł, od wizualizacji – mówi Monika Gawlińska. – Te 40 tysięcy to wcale nie są więc takie pieniądze. Są oczywiście większe niż średnia krajowa, ale nie widzę powodu, dla którego trzeba by się było tego wstydić. Poza tym pieniądze zarabia się od maja do września, gdy trwa sezon koncertowy. Od stycznia do kwietnia i od października do marca można oczywiście grać w klubach, ale wszyscy wiemy, że zbyt wielu dużych

obiektów tego rodzaju w Polsce nie ma. Łatwo policzyć, że gdy gra się w klubie na 500 osób z biletami kosztującym 30 zł, pieniądze do podziału na tych trzynaście osób nie są wielkie. Trzeba też pamiętać, że zespół wyjeżdża z domu i płaci sam za transport czy jedzenie w restauracji.

Zdaniem Czesława Mozila, dobrze się dzieje, gdy zespół nie zapomina także o graniu w mniejszych miastach i miasteczkach, w których znajdują się niewielkie kluby, nawet jeśli czerpie z tego powodu o wiele mniejsze zyski. – Bardzo lubimy grać w takich małych miejscach, dlatego z tych koncertów nie mamy takich kokosów, jak niektórzy mogliby sądzić. Ale czujemy, że inaczej nie można. Przecież gdy dzwoni do nas klub z malutkiego miasteczka, mogący pomieścić 100 osób, nie możemy dawać mu wysokiej stawki. Wtedy bilety musiałyby kosztować 100 złotych, co byłoby absurdem.

Siła wsparcia

Skoro było o kontraktach, płytach, tantiemach i koncertach, warto na koniec wspomnieć o pewnej niedocenianej funkcji, jaką jest menadżer. Jeśli się takowego nie posiada, warto się za nim jak najszybciej rozejrzeć. Artysta musi mieć przecież głowę wolną od wszelkich sytuacji biznesowych. Powinien tworzyć, być na scenie i myśleć o muzyce, a inne sprawy zostawić profesjonalistom, zwłaszcza że bardzo często ma mało obiektywne podejście do własnej osoby. – Menadżer ma się zająć całą resztą – mówi Monika Gawlińska. – Nie wyobrażam sobie muzyka, który jednego dnia pisze fajną piosenkę, a następnego jedzie z nią do wytwórni czy rozgłośni radiowej, próbując ją sprzedać.

Dobrego menadżera warto mieć nie tylko z powodu odpowiedniej organizacji swojej kariery. – Właściwie za każdym artystą z polskiego topu stoi osoba, która świetnie zna się na biznesowym aspekcie kariery i z niejednego muzycznego pieca chleb już jadła – mówi Maciej Dutrczak. Zdaniem Piotra Wieteski, taki człowiek odgrywa niekiedy większą rolę niż niejeden muzyk w zespole. – Zdarza się, że gra gdzieś świetna grupa, ale nie jest w stanie nigdzie zaistnieć, bo nie zajmuje się nią odpowiednia osoba. Z drugiej strony, sprawny menadżer jest w stanie całkiem nieźle wypromować zespół średniej jakości.

Jakie cechy powinien mieć dobry menadżer? Piotr Kupicha przekonuje, że musi to być osoba wykraczająca poza schemat tradycyjnego "menago", pilnującego interesów artysty "od a do z". – Fajnie, gdy ktoś taki pochodzi do pewnych spraw w sposób nieformalny, rozmawia z zespołem na różne tematy i bierze udział w burzy mózgów, z której bardzo często rodzą się przecież najlepsze pomysły. Dobry menadżer powinien być nie tylko partnerem w pracy, ale i przyjacielem, któremu można zaufać – mówi lider grupy Feel. Na rolę przyjaźni, zaufania, a także poczucia wzajemnego szacunku wskazuje też Czesław Mozil, wymieniając i inne cechy. – Manager powinien mieć w sobie coś z dyplomaty, radzącego sobie z różnymi nieprzewidzianymi sytuacjami czy nawet fochami artysty. Reprezentując go może być miły, ale kiedy trzeba powinien pokazać kły i twardo walczyć o jego interesy.

Niezwykle oryginalne podejście do tego zajęcia ma Grabaż, który... sam jestem swoim menadżerem. Tak jest w Strachach na Lachy, tak było przez wiele lat w Pidżamie Porno. Jak mówi, zdaje sobie świetnie sprawę, że to spora odpowiedzialność, zwłaszcza że ma na utrzymaniu ludzi "żonatych, dzieciatych, do tego po uszy w kredytach". Dlaczego więc nie wynajął nikogo do pomocy? – Gdybym na obecnym poziomie mojej wiedzy i umiejętności w tym temacie zatrudnił menadżera, samo naradzenie się z nim zajęłoby mi dwa razy więcej czasu niż prowadzenie wszystkich spraw zespołu. Pomny różnych doświadczeń z przeszłości, musiałbym też sprawdzać, czy aby przypadkiem nie chce mnie zrobić w trąbę. Wiem, że większość osób w branży się ze mnie z tego powodu śmieje, ale to przecież one potrzebują pomocy z zewnątrz, a nie ja.

Cóż, może i szału faktycznie nie ma, za to w każdym szaleństwie jest jakaś metoda.

Zobacz także:

[Wydawnictwa płytowe](#) » Zumi

[Zarobki gwiazd](#) » Szukaj

[Gwiazdy i ich życie](#) » Katalog

[powrót](#) »

Drukuj

Copyright 1996-2010 Grupa Onet.pl SA