

Pabianice, 13.02.2025

Aflofarm zwyciężcą licytacji kultowego plakatu „Papierosy są do dupy forever” podczas 33. Finału WOŚP

- Aflofarm Farmacja Polska wygrał licytację unikatowego plakatu „Papierosy są do dupy forever” autorstwa Andrzeja Pągowskiego, wystawionego przez Głównego Inspektora Sanitarnego w ramach 33. Finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.
- Zwycięska kwota wyniosła 25 250 zł, a cały dochód z aukcji zostanie przeznaczony na wsparcie onkologii i hematologii dziecięcej – główny cel tegorocznego Finału WOŚP.
- Zakup plakatu wpisuje się w wieloletnie działania Aflofarmu w obszarze profilaktyki zdrowotnej i walki z nikotynizmem, realizowane zarówno poprzez kampanie edukacyjne, jak i współpracę z instytucjami publicznymi.

Aflofarm po raz kolejny angażuje się w działania Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy: właśnie została zwyciężcą licytacji unikatowego plakatu „Papierosy są do dupy forever”, autorstwa Andrzeja Pągowskiego, wystawionego na aukcję przez Głównego Inspektora Sanitarnego w ramach 33. Finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.

Plakat został wylicytowany za **25 250 zł**, a całkowity dochód z aukcji zostanie przeznaczony na wsparcie onkologii i hematologii dziecięcej, czyli cel tegorocznego Finału WOŚP.

Historia kultowego plakatu – kontrowersyjny, ale skuteczny

Oryginalny plakat „Papierosy są do dupy” powstał w **1994 roku** na zlecenie Ministerstwa Zdrowia jako część kampanii antynikotynowej, której celem było ostrzeżenie społeczeństwa przed negatywnymi skutkami palenia. Bezpośredni i dosadny przekaz wywołał burzliwą debatę publiczną – jedni uważali go za genialny i skuteczny, inni za zbyt wulgarny.

Ostatecznie jednak stał się jednym z najbardziej rozpoznawalnych polskich plakatów społecznych i do dziś uchodzi za ikonę walki z nikotynizmem. **W 2007 roku** Pągowski stworzył jego nową wersję – „Papierosy są do dupy forever”, podkreślając, że przesłanie pozostaje aktualne.

Jak podkreśla Główny Inspektorat Sanitarny, który wystawił to wyjątkowe dzieło na licytację: *„Plakat „Papierosy są do dupy forever” to nie tylko oryginalne dzieło sztuki, lecz także ważne przesłanie promujące zdrowy styl życia. Jego przekaz nie traci na sile i wciąż skutecznie przyciąga uwagę, skłaniając do refleksji na temat konsekwencji palenia”.*

Aflofarm kontynuuje misję walki z nikotynizmem

Działania Aflofarmu w obszarze profilaktyki zdrowotnej i walki z nikotynizmem mają długą tradycję. Firma od lat jest zaangażowana w promowanie zdrowego stylu życia i przeciwdziałanie uzależnieniu od tytoniu. Jednym z kluczowych projektów w tym obszarze jest kampania społeczna „Nie spal się na starcie”, realizowana przez Fundację Aflofarm przy wsparciu m.in. Głównego Inspektoratu Sanitarnego. Celem kampanii jest uświadamianie młodzieży na temat negatywnych skutków palenia tytoniu, a także jego wpływu na zdrowie oraz kondycję fizyczną. Plakat Andrzeja Pągowskiego stał się ikoną walki z nikotynizmem, a jego zakup przez Aflofarm to wyraz konsekwentnej realizacji misji firmy – edukowania i wspierania zdrowia publicznego.

– Zakup kultowego plakatu Andrzeja Pągowskiego to dla nas coś więcej niż zwykła licytacja – to symbol kontynuacji naszej misji walki z nikotynizmem. Od lat angażujemy się w kampanie edukacyjne promujące zdrowie i cieszymy się, że możemy ponownie wesprzeć WOŚP, jednocześnie nawiązując do naszej wcześniejszej współpracy z Głównym Inspektoratem Sanitarnym przy kampanii „Nie spal się na starcie” – mówi Tomasz Furman, Prezes Zarządu Fundacji Aflofarm.

Aflofarm to polska firma farmaceutyczna o ugruntowanej pozycji lidera, od 35 lat aktywnie kształtująca rynek ochrony zdrowia. Portfolio Aflofarmu obejmuje ponad 180 marek, w tym wiodące brandy OTC, takie jak Desmoxan, Neosine czy Herbapect. Firma dynamicznie rozwija także segment dermokosmetyków i produktów pielęgnacyjnych, budując silną pozycję w obszarze beauty. Marki takie jak Bioliq, DX2, Iladian i Regenerum są obecne zarówno w aptekach, jak i drogeriach, łącząc nowoczesne technologie z prostymi i skutecznymi recepturami.