**VeloBank rozdaje kody do Legimi – dla klientów i ich bliskich**

**VeloBank, partner Fundacji Powszechnego Czytania, promuje czytelnictwo. Pracownicy mają do dyspozycji przestrzeń do odpoczynku, gdzie mogą z książką zrelaksować się od pracy, a wszyscy klienci otrzymają kod do Legimi. I to nie jeden kod, a dwa – dla użytkownika banku i bliskiej mu osoby.**

Ile książek czytasz w ciągu roku? Okazuje się, że 43% Polaków na tak podstawione pytanie odpowiada, że w 2023 roku przeczytało co najmniej jedną książkę, wynika z danych Biblioteki Narodowej[[1]](#footnote-2). Klienci VeloBanku będą mogli teraz poprawić swoje statystyki czytelnictwa sięgając po jedną z książek z kolekcji Legimi, przygotowanej z myślą o klientkach i klientach banku.

Kody do Legimi otrzymują wszyscy klienci VeloBanku – jeden dla nich i jeden dla bliskiej osoby. – *Czytanie to świetna przygoda, do której chcemy zachęcić wszystkich. Dzielimy się miłością do książek z naszymi pracownikami. Przygotowaliśmy dla nich przestrzeń, w której w komfortowych warunkach mogą odpocząć, wziąć do ręki ulubioną książkę i złapać oddech między kolejnymi zadaniami. To dla nas jeden z elementów employer brandingu, ale myślimy też o klientach, którym rozdajemy kody do Legimi. Kod dostaje każdy, w podziękowaniu za bycie naszym klientem i aktywne korzystanie z naszych usług i to nie jeden kod, a dwa, również dla bliskiej osoby –* wskazuje **Katarzyna Meissner, dyrektor zarządzająca Obszarem Komunikacji i Marketingu w VeloBanku.**

Rozdawanie kodów do Legimi wszystkim klientom to dla banku sposób na włączenie się w akcję propagującą czytelnictwo w Polsce. Na wielu poziomach i poprzez liczne programy prowadzi te działania partner banku, czyli Fundacja Powszechnego Czytania, ostatnio nagrodzona przez Bibliotekę Kongresu Stanów Zjednoczonych za efektywną pracę na rzecz grup, które z różnych powodów są zagrożone wykluczeniem. Nagrody za promocję czytelnictwa Kongresu Stanów Zjednoczonych (Library of Congress Literacy Awards) przyznawane są od dwunastu lat i wyłaniają na drodze precyzyjnej selekcji organizacje, które potrafią udowodnić, że mają na koncie nadzwyczajny udział w podnoszeniu czytelnictwa w Stanach Zjednoczonych lub na świecie.

– *Działania VeloBanku idealnie wpisują się w ideę upowszechnienia czytania, czyli sprawienia, by czytanie stało się przyjemnością i czynnością powszechną. Jesteśmy zachwyceni pomysłem zespołu banku na rozdawanie broszury #TataTeżCzyta pracownikom i klientom, a teraz uzupełnieniem w postaci rozesłania kodów. To idealne działania, bo pokazują, że czytanie jest częścią naszego życia, czy znajdziemy się w muzeum, czy w banku*  *–* wskazuje **Maria Deskur, prezes zarządu Fundacji Powszechnego Czytania.**

---
Kontakt dla mediów:

Monika Banyś
Rzeczniczka prasowa
VeloBank S.A.
t. +48 500 140 263
e. monika.banys@velobank.pl

1. <https://www.bn.org.pl/raporty-bn/stan-czytelnictwa-w-polsce/stan-czytelnictwa-w-polsce-w-2023> [↑](#footnote-ref-2)