**Antivir Hithitu končí. Vybralo se přes 26 milionů korun pro 162 projektů**

**Česko-slovenská crowdfundingová jednička na trhu Hithit.cz více než před rokem rychle zareagovala na kritickou situaci mezi českými a slovenskými živnostníky, kteří kvůli vládním opatřením museli přerušit či omezit své podnikání. S aktuálním rozvolňováním program Antivir od Hithitu končí.**

„*Jsme rádi, že jsme mohli pomoci živnostníkům, kteří takřka ze dne na den museli změnit své životy. Program Antivir oslovil podnikatele z turistického ruchu, majitele restaurací, bister, kaváren, ubytování, kadeřnictví, barbershopů, také ty, které živí kultura, sport, provozujíwellness a všechny ostatní, kteří byli ovlivněni nouzovým stavem. Za více než rok se vybralo přes 26 milionů korun. Nejúspěšnějšími projektybyly ostravské crossfitové centrum Colliery, které získalo přes 3,5 milionu korun, a středověký festival Blavicon, na který se vybralo přes 1,3 milionu korun,“* popisuje Aleš Burger z Hithit.cz.

Celkově se do projektu přihlásilo 312 projektů, z nichž cílové částky dosáhlo 162 projektů. Lidé jim poslali více než 26 milionů.

Hithit Antivir měl být hlavně formou rychlé pomoci pro podnikatele v krizi. Na jaře loňského roku byla spuštěna první fáze a na podzim druhá. Lidé tak mohli vybrané projekty podpořit a v podstatě si předplatit služby tak, aby zachránili své oblíbené podniky a zajímavé projekty. V době rozvolnění v daném segmentu pak lidé budou moci své vouchery uplatnit. Peníze z projektů podnikatelé vracet nemusí, nejde o půjčku, ale o předprodej.

„*Jsme rádi, že jsme byli v Antiviru mezi prvními a šli jsme příkladem. Důvody, proč jsme portálu Hithitopakovaně využili, byly ekonomické, vyrovnat cashflow na zaplacení fixních nákladů, udržet pronájem a nezavřít*,“ vysvětluje Lenka Němcová, spolumajitelka teplického rodinného podnikuCafeSchönau, který program Hithit Antivir využil hned třikrát. „*Kampaň Hithitu nám pomohla i sekundárně, po otevření nám rozjela loňskou letní sezonu nad naše očekávání. Zákazníci si nepřišli jen vyzvednout své předplacené odměny, ale strávili u nás víc času, chodili opakovaně, přivedli s sebou další zákazníky*,“ dodává.

Crowdfundingový portál Hithit.cz od spuštění v roce 2012 pomohl na svět stovkámprojektů. Nejvýraznější kampaní a historicky nejúspěšnější je od internetové televizeDVTV, které fanoušci poslali téměř deset milionů korun, v závěsu za ní je loňská kampaň pražského gymu Železná koule s necelými sedmi miliony, následují zlínští obuvníciVasky s vybranými pěti miliony. Výrobci tenisek Bohempia získali téměř čtyři miliony korun, divadloJatka78 skoro dva a půl milionu, projekt Bezobalu přes milion korun, „botoponožky“Skinners získaly také přes milion korun.Na Hithitu není neúspěšná kategorie, zalistování je zadarmo a tvůrci riskují pouze úspěch.