

**Anexă la Hotărârea nr. 2/29.01.2021
a Consiliului de Administrație**

**Raport privind activitatea Consiliului de Administrație
al Univers T S.A. pe semestrul II al anului 2020**

1. Prezentarea complexului hotelier

Hotelul Univers T reprezinta unul dintre cele mai prestigioase și importante puncte de reper de pe piața hotelieră locală încă din 1985. Complexul hotelier este situat într-o zonă privilegiată și de mare perspectivă pentru perioada imediat următoare, atât în ceea ce privește interesul local cât și cel național. Pentru cei care își doresc un citybreak la Cluj-Napoca, Hotelul UniversT are un mix de avantaje esențiale. Aproape de centrul comercial Iulius Mall, dar și de natură, hotelul este situat pe malul lacului Gheorgheni și lângă Iulius Park, camerele sunt moderne, elegante și spațioase, terasele umbrite, iar meniul internațional și tradițional este gătit excelent de bucătari cu multă experiență.

Din anul 2019 a început o nouă etapă de renovare și modernizare a complexului hotelier, pentru a ne ridica la standardele și cerințele actuale, într-o piață extrem de dinamică și competitivă.

Procesul de renovare-modernizare a început cu reamenajarea restaurantelor și a amfiteatrului, urmând apoi, pe etape, camerele hoteliere, sălile de conferințe și spațiile anexe.

Situat într-un cadru natural minunat, Univers T înseamnă mai mult decât un simplu hotel! Pe scurt, acesta oferă clienților săi următoarele:

- 57 de camere, apartamente și suite
- centru de conferințe cu 4 săli de conferință și un amfiteatru în curs de finalizare
- 2 restaurante și 2 saloane cu specific internațional și tradițional românesc
- 2 terase de vară și lobby bar
- centru de fitness cu sauna și 5 terenuri de tenis

- parcare privată cu 64 de locuri disponibile și stație de încarcare a mașinilor electrice și hybrid

Cu accente moderne de catifea și linii contemporane, camerele proaspăt renovate în 2020, înseamnă confort optim și relaxare perfectă pentru oaspeții noștri.



Restaurantul Luna se bucură de un decor nou și modern și este prima alegere pentru evenimente speciale, dar și pentru un prânz de afaceri sau o cină romantică. Restaurant principal al hotelului Univers T poate găzdui până la 250 de persoane și în funcție de optiunea oaspeților pentru diferite evenimente, aniversări și alte petreceri private, poate fi compartimentat în două săli mai mici.

Restaurantul Luna este ambientul ideal pentru nunți memorabile, banchete, petreceri corporate și revelioane. Experiența noastră de peste 25 de ani în organizarea de evenimente reușite ne recomandă, iar ambientul elegant și rafinat, alături de cele mai fine preparate, sunt premisele unui eveniment de excepție.

Restaurantul Luna



Restaurantul Venus este cel mai nou restaurant al hotelului Univers T, deschis în 2019. Frumusețea acestui spațiu generos, cu o capacitate de 110 persoane, cucerește la prima vedere! Atmosfera de o eleganță clasică, rafinată și primitoare, este adekvată pentru evenimente dintre cele mai diverse, precum sărbătorirea unei nunți, a unui botez sau chiar o petrecere cu angajații companiei.

Restaurantul Venus



Salonul Pandora, cu o capacitate de 15 persoane, este un salon dedicat celor ce vor să petreacă o seara exclusivistă într-un cadru restrâns și intim, cu decor plăcut și elegant.

Pentru organizarea ședințelor, workshop-urilor, întâlnirilor de afaceri cât și a evenimentelor private, dar și a meselor organizate împreuna cu colegii de serviciu, de la o simplă cină la petrecerile de sfârșit de an, complexul nostru oferă tot ceea ce au nevoie clienții pentru a organiza aceste evenimente în deplină siguranță.



Salonul Mercur este un spațiu cochet, cu multă lumină naturală, care poate găzdui până la 20 de invitați, astfel încât este preferat pentru evenimente de mică anvergură, cum ar fi o aniversare intimă în familie sau o cină festivă cu colegii.



Pe timpul verii clienții sunt așteptați la **terasele Univers T**, fiecare dintre cele două terase putând găzdui pâna la 75 de persoane. Terasa de lângă lac, umbrită de vegetație, este o oază de liniște și natură chiar în inima orașului și mediul ideal pentru a savura un prânz liniștit, o cină cu prietenii sau pur și simplu pentru a servi un desert sau o cafea de după-amiază în aer liber.



Centrul de conferințe

Aproximativ de centre importante de afaceri precum Iulius Business Center, Facultatea de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor și United Business Center creează la Univers To zonă de interes pentru sejururi în interes de afaceri, conferințe sau evenimente corporate diverse. Univers T reprezintă, prin proximitate și profesionalism, opțiunea firească pentru astfel de întâlniri.

Centrul de Conferințe Univers T este format dintr-un amfiteatrul impresionant prin spațiu și design, amfiteatru aflat în ultima fază de renovare cu o capacitate de 275 de locuri și 4 săli, cu o capacitate de pâna la 70 de locuri, care pot găzdui diverse evenimente corporate, congrese, simpozioane, training-uri, workshop-uri, dar și evenimente private.



În condițiile actuale, cu regula de distanțare socială conform normelor existente, capacitatea pentru Sala Jupiter este de 30 locuri (în aranjamentul teatru), iar în sălile Saturn, Uranus și Neptun capacitatea este de 22 de locuri.

Nu în ultimul rând, pentru un oraș precum Cluj-Napoca, atât de atractiv pentru turisti, parcarea generoasă cu 64 de locuri reprezintă un plus pentru a alege complexul Univers T.

Parte a companiei hoteliere Univers T, **Casa Călățele** este destinația perfectă pentru cei ce își doresc să evadeze din cotidian în inima naturii. Pensiușa dispune de patru camere primitoare și moderne, bucătărie complet utilată, living, zonă de relaxare & barbecue cu foișor și leagăn.



2. Situația indicatorilor economico-financiari pe semestrul II al anului 2020.

UNIVERS T S.A. și-a desfășurat activitatea începând cu trimestrul II și continuând cu semestrul IV al anului 2020 în condițiile speciale instituite prin restricțiile de ordin economic, social și administrativ impuse de autorități în urma declansării pandemiei cu virusul SARS-CoV-2. În condițiile actuale, în conformitate cu prevederile HG 201/2020 unitatea noastră a fost selectată pentru asigurarea serviciilor necesare pentru buna funcționare a locatiei de carantinare a persoanelor care intră pe teritoriul României din zonele afectate de COVID-19 stabilite prin ordin al ministrului sănătății.

În acest sens, s-au încheiat două Acorduri cadru cu Unitatea Administrativ Teritorială Județul Cluj, având ca obiect prestarea serviciilor necesare pentru buna funcționare a locatiei de carantinare pentru asigurarea hranei și materialelor și serviciilor necesare desfășurării

activităților specifice pentru spațiul situat pe str. Nicolae Cristea nr.28, aparținând de Consiliul Județean Cluj.

În acest context, activitatea desfășurată în semestrul II al anului 2020 a presupus, pe langă asigurarea serviciilor de cazare în cadrul hotelului nostru și asigurarea hranei și prestarea serviciilor necesare pentru buna funcționare a locatiei de carantinare pentru persoanele aflate în carantină în spațiul situat pe str. Nicolae Cristea nr.28. De asemenea, începând cu data de 1 iunie 2020 s-au deschis publicului cele două terase și s-a continuat activitatea de comercializare a produselor alimentare care nu presupune rămânerea clientilor în spațiul restaurantului, prin sistemul de ridicare a produselor sau livrare la client. Din data de 1 septembrie 2020 s-au deschis și restaurantele din cadrul complexului hotelier, cu posibilitatea organizării activităților de alimentație publică și a evenimentelor private în condițiile impuse de autorități privind numărul de participanți, evidența participanților, distanțarea și asigurarea respectării măsurilor de igienă și dezinfecție. Ulterior, începând cu data de 12 octombrie 2020 s-a dispus suspendarea activității restaurantelor și a cafenelelor din interiorul hotelurilor, pensiunilor sau altor unități de cazare, fiind permisă servirea doar pentru clienții cazați, în condițiile impuse de autorități privind distanțarea și asigurarea respectării măsurilor de igienă și dezinfecție, activitatea de alimentație publică fiind drastic redusă.

Deși unitatea hotelieră a fost deschisă în această perioadă de raportare, unitatea de alimentație publică a funcționat cu întreruperi, efectele negative ale pandemiei de Covid-19 resimțindu-se puternic, reflectându-se în gradul mai mic de ocupare al camerelor de hotel, număr redus de clienți la restaurant și implicit în reducerea veniturilor.

Activitatea descrisă mai sus a condus la înregistrarea următoarelor rezultate economico-financiare pentru semestrul II al anului 2020:

		INDICATORI	Nr. rd.	Prevederi Sem II 2020	Realizări Sem II 2020	%
0	1	2	3	4	5	6
I.		VENITURI TOTALE (Rd.2+Rd.22)	1	6,443.53	6,535.60	101.43
	1	Venituri totale din exploatare (Rd.2=Rd.3+Rd.8+Rd.9+Rd.12 +Rd.13+Rd.14), din care:	2	6,435.63	6,526.00	101.40
	a)	din producția vândută	3	4,612.30	4,676.21	101.39

		(Rd.3=Rd.4+Rd.5+Rd.6+Rd.7), din care:				
	a1)	din vânzarea produselor	4	0.00	0.05	0.00
	a2)	din servicii prestate	5	1,128.00	1,191.21	105.60
	a3)	din redevențe și chirii	6	3,484.30	3,484.95	100.02
	a4)	alte venituri	7	0.00	0.00	0.00
	b)	din vânzarea mărfurilor	8	1,097.00	1,109.70	101.16
	c)	din subvenții și transferuri de exploatare aferente cifrei de afaceri nete (Rd.9=Rd.10+Rd.11), din care:	9	115.00	129.00	112.17
	c1	subvenții, cf. prevederilor legale în vigoare	10	115.00	129.00	112.17
	c2	transferuri, cf. prevederilor legale în vigoare	11	0.00	0.00	0.00
	d)	din producția de imobilizări	12	0.00	0.00	0.00
	e)	venituri aferente costului producției în curs de execuție	13	473.00	472.75	99.95
	f)	alte venituri din exploatare (Rd.15+Rd.16+Rd.19+Rd.20+Rd.21), din care:	14	138.33	138.34	100.01
	f1)	din amenzi și penalități	15	0.00	0.00	0.00
	f2)	din vânzarea activelor și alte operații de capital (Rd.16=Rd.17+Rd.18), din care:	16	0.00	0.00	0.00
		- active corporale	17	0.00	0.00	0.00
		- active necorporale	18	0.00	0.00	0.00
	f3)	din subvenții pentru investiții	19	0.00	0.00	0.00
	f4)	din valorificarea certificatelor CO2	20	0.00	0.00	0.00
	f5)	alte venituri	21	138.33	138.34	100.01
2	Venituri financiare (Rd.22=Rd.23+Rd.24+Rd.25+ Rd.26+Rd.27), din care:	22	7.90	9.60	121.52	
	a)	din imobilizări financiare	23	0.00	0.00	0.00
	b)	din investiții financiare	24	0.00	0.00	0.00
	c)	din diferențe de curs	25	0.00	0.00	0.00
	d)	din dobânzi	26	6.70	8.46	126.27
	e)	alte venituri financiare	27	1.20	1.14	95.00
II	CHELTUIELI TOTALE (Rd.28=Rd.29+Rd.130)	28	7,011.48	6,996.49	99.79	
	1 Cheltuieli de exploatare (Rd.29=Rd.30+Rd.78+Rd.85+Rd.113), din care:	29	6,577.48	6,570.41	99.89	
	A. Cheltuieli cu bunuri și servicii (Rd.30=Rd.31+Rd.39+Rd.45), din care:	30	1,934.60	1,961.60	101.40	
	A1 Cheltuieli privind stocurile (Rd.31=Rd.32+Rd.33+Rd.36+ Rd.37+Rd.38), din care:	31	1,473.60	1,525.71	103.54	
	a) cheltuieli cu materiile prime	32	475.80	477.05	100.26	
	b) cheltuieli cu materialele consumabile, din care:	33	362.00	364.74	100.76	
	b1) cheltuieli cu piesele de schimb	34	11.00	10.06	91.45	
	b2) cheltuieli cu combustibilii	35	198.00	206.77	104.43	
	c) cheltuieli privind materialele de natura obiectelor de inventar	36	3.00	2.43	81.00	
	d) cheltuieli privind energia și apa	37	157.00	208.69	132.92	

e)	cheltuieli privind mărfurile	38	475.80	472.80	99.37
A2	Cheltuieli privind serviciile executate de terți (Rd.39=Rd.40+Rd.41+Rd.44), din care:	39	28.00	26.09	93.18
a)	cheltuieli cu întreținerea și reparațiile	40	12.00	11.20	93.33
b)	cheltuieli privind chiriile (Rd.41=Rd.42+Rd.43) din care:	41	0.00	0.00	0.00
b1)	- către operatori cu capital integral/majoritar de stat	42	0.00	0.00	0.00
b2)	- către operatori cu capital privat	43	0.00	0.00	0.00
c)	prime de asigurare	44	16.00	14.89	93.06
A3	Cheltuieli cu alte servicii executate de terți (Rd.45=Rd.46+Rd.47+Rd.49+Rd.56+Rd.61+Rd.62+Rd.66+Rd.67+Rd.68+Rd.77), din care:	45	433.00	409.80	94.64
a)	cheltuieli cu colaboratorii	46	265.98	249.63	93.85
b)	cheltuieli privind comisioanele și onorariul, din care:	47	40.32	41.31	102.46
b1)	cheltuieli privind consultanță juridică	48	40.32	41.31	102.46
c)	cheltuieli de protocol, reclamă și publicitate (Rd.50+Rd.52), din care:	49	48.50	42.14	86.89
c1)	cheltuieli de protocol, din care:	50	7.50	6.18	82.40
	- ticătete cadou potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	51	0.00	0.00	0.00
c2)	cheltuieli de reclamă și publicitate, din care:	52	41.00	35.96	87.71
	- ticătete cadou ptr. cheltuieli de reclamă și publicitate, potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	53	0.00	0.00	0.00
	- ticătete cadou ptr. campanii de marketing, studiul pieței, promovarea pe piețe existente sau noi, potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	54	0.00	0.00	0.00
	- ch.de promovare a produselor	55	41.00	35.96	87.71
d)	Ch. cu sponsorizarea, potrivit O.U.G. nr. 2/2015 (Rd.56=Rd.57+Rd.58+Rd.60), din care:	56	0.00	0.00	0.00
d1)	ch. de sponsorizare în domeniul medical și sănătate	57	0.00	0.00	0.00
d2)	ch. de sponsorizare în domeniile educație, învățământ, social și sport, din care:	58	0.00	0.00	0.00
	- pentru cluburile sportive	59	0.00	0.00	0.00
d3)	ch. de sponsorizare pentru alte acțiuni și activități	60	0.00	0.00	0.00
e)	cheltuieli cu transportul de bunuri și persoane	61	0.20	0.07	35.00
f)	cheltuieli de deplasare, detașare, transfer, din care:	62	0.00	0.00	0.00
	cheltuieli cu diurnă (rd.63=Rd.64+Rd.65)	63	0.00	0.00	0.00

	din care:				
	-interna	64	0.00	0.00	0.00
	-externa	65	0.00	0.00	0.00
g)	cheltuieli poștale și taxe de telecomunicații	66	35.00	35.07	100.20
h)	cheltuieli cu serviciile bancare și asimilate	67	19.50	18.38	94.26
i)	alte cheltuieli cu serviciile executate de terți, din care:	68	23.50	23.20	98.72
i1)	cheltuieli de asigurare și pază	69	1.50	1.20	80.00
i2)	cheltuieli privind întreținerea și funcționarea tehnicii de calcul	70	18.00	18.00	100.00
i3)	cheltuieli cu pregătirea profesională	71	0.00	0.00	0.00
i4)	cheltuieli cu reevaluarea imobilizărilor corporale și necorporale, din care:	72	4.00	4.00	100.00
	-aferente bunurilor de natura domeniului public	73	0.00	0.00	0.00
i5)	cheltuieli cu prestațiile efectuate de filiale	74	0.00	0.00	0.00
i6)	cheltuieli privind recrutarea și plasarea personalului de conducere cf. Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 109/2011	75	0.00	0.00	0.00
i7)	cheltuieli cu anunțurile privind licitațiile și alte anunțuri	76	0.00	0.00	0.00
j)	alte cheltuieli	77	0.00	0.00	0.00
B Cheltuieli cu impozite, taxe și vărsăminte asimilate (Rd.78=Rd.79+Rd.80+Rd.81+Rd.82+ Rd.83+Rd.84), din care:		78	233.60	234.40	100.34
a)	ch. cu taxa pt.activitatea de exploatare a resurselor minerale	79	0.00	0.00	0.00
b)	ch. cu redevența pentru concesionarea bunurilor publice și resursele minerale	80	0.00	0.00	0.00
c)	ch. cu taxa de licență	81	0.00	0.00	0.00
d)	ch. cu taxa de autorizare	82	0.00	0.00	0.00
e)	ch. cu taxa de mediu	83	0.00	0.00	0.00
f)	cheltuieli cu alte taxe și impozite	84	233.60	234.40	100.34
C. Cheltuieli cu personalul (Rd.85=Rd.86+Rd.99+Rd.103+ Rd. 112), din care:		85	3,624.28	3,610.18	99.61
C0	Cheltuieli de natură salarială (Rd.86=Rd.87+ Rd.91)	86	2,452.88	2,361.91	96.29
C1	Cheltuieli cu salariile (Rd.87=Rd.88+Rd.89+Rd.90), din care:	87	2,253.00	2,164.55	96.07
	a) salarii de bază	88	1,604.14	1,565.23	97.57
	b) sporuri, prime și alte bonificații aferente salariului de bază (conform CCM)	89	648.86	599.32	92.37
	c) alte bonificații (conform CCM)	90	0.00	0.00	0.00
C2	Bonusuri (Rd.91=Rd.92+Rd.95+Rd.96+ Rd.97+ Rd.98), din care:	91	199.88	197.36	98.74
	a) cheltuieli sociale prevăzute la art. 25 din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal*), cu modificările și completările ulterioare, din care:	92	61.15	58.63	95.88

		- ticlete de creșă, cf. Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	93	0.00	0.00	0.00
		- ticlete cadou pentru cheltuieli sociale potrivit Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	94	29.80	29.80	100.00
		b) ticlete de masă;	95	138.73	138.73	100.00
		c) vouchere de vacanță;	96	0.00	0.00	0.00
		d) ch. privind participarea salariaților la profitul obținut în anul precedent	97	0.00	0.00	0.00
		e) alte cheltuieli conform CCM.	98	0.00	0.00	0.00
C3	Alte cheltuieli cu personalul (Rd.99=Rd.100+Rd.101 +Rd. 102), din care:		99	0.00	0.00	0.00
	a) ch. cu plățile compensatorii aferente disponibilizărilor de personal		100	0.00	0.00	0.00
	b) ch. cu drepturile salariale cuvenite în baza unor hotărâri judecătorești		101	0.00	0.00	0.00
	c) cheltuieli de natură salarială aferente restrukturării, privatizării, administrator special, alte comisii și comitete		102	0.00	0.00	0.00
C4	Cheltuieli aferente contractului de mandat și a altor organe de conducere și control, comisii și comitete (Rd.103=Rd.104+Rd.107+ Rd.110+ Rd.111), din care:		103	1,041.28	1,030.20	98.94
	a) pentru directori/directorat		104	790.00	778.92	98.60
	-componența fixă		105	526.67	519.28	98.60
	-componența variabilă		106	263.33	259.64	98.60
	b) pentru consiliul de administrație/consiliul de supraveghere, din care:		107	251.28	251.28	100.00
	-componența fixă		108	215.38	215.38	100.00
	-componența variabilă		109	35.90	35.90	100.00
	c) pentru cenzori		110	0.00	0.00	0.00
	d) pentru alte comisii și comitete constituite potrivit legii		111	0.00	0.00	0.00
C5	Cheltuieli cu contribuțiile datorate de angajator		112	130.12	218.07	167.59
	D. Alte cheltuieli de exploatare (Rd.113=Rd.114+Rd.117+Rd.118+ Rd.119+Rd.120+Rd.121), din care:		113	785.00	764.23	97.35
	a) cheltuieli cu majorări și penalități (Rd.114=Rd.115+Rd.116), din care:		114	0.00	0.00	0.00
	- către bugetul general consolidat		115	0.00	0.00	0.00
	- către alți creditori		116	0.00	0.00	0.00
	b) cheltuieli privind activele imobilizate		117	0.00	0.00	0.00
	c) cheltuieli aferente transferurilor pentru plata personalului		118	0.00	0.00	0.00
	d) alte cheltuieli		119	0.00	0.22	0.00
	e) ch. cu amortizarea imobilizărilor corporale și necorporale		120	785.00	786.19	100.15
	f) ajustări și deprecieri pentru pierdere de valoare și provizioane (Rd.121=Rd.122-Rd.125), din care:		121	0.00	-22.18	0.00
	fl)	cheltuieli privind ajustările și provizioanele	122	0.00	0.00	0.00

		f1.1)	-provizioane privind participarea la profit a salariaților	123	0.00	0.00	0.00
		f1.2)	- provizioane in legatura cu contractul de mandat	124	0.00	0.00	0.00
		f2)	venituri din provizioane și ajustări pentru depreciere sau pierderi de valoare , din care:	125	0.00	22.18	0.00
		f2.1)	din anularea provizioanelor (Rd.126=Rd.127+Rd. 128+ Rd.129), din care:	126	0.00	22.18	0.00
			– din participarea salariaților la profit	127	0.00	22.18	0.00
			– din deprecierea imobilizărilor corporale și a activelor circulante	128	0.00	0.00	0.00
			- venituri din alte provizioane	129	0.00	0.00	0.00
2		Cheltuieli financiare (Rd.130=Rd.131+Rd.134+Rd. 137), din care:		130	434.00	426.08	98.18
	a)	cheltuieli privind dobânzile, din care:		131	432.00	425.89	98.59
	a1)	aferente creditelor pentru investiții		132	432.00	425.89	98.59
	a2)	aferente creditelor pentru activitatea curentă		133	0.00	0.00	0.00
	b)	cheltuieli din diferențe de curs valutar, din care:		134	0.00	0.00	0.00
	b1)	aferente creditelor pentru investiții		135	0.00	0.00	0.00
	b2)	aferente creditelor pentru activitatea curentă		136	0.00	0.00	0.00
	c)	alte cheltuieli financiare		137	2.00	0.19	9.50
III		REZULTATUL BRUT (profit/pierdere) (rd.138=Rd.1-Rd.28)		138	-567.95	-460.89	118.85

Pe sectoare de activitate, veniturile si cheltuielile defalcate se prezintă astfel:

Indicator economic	Prevederi Sem II 2020	Realizări Sem II 2020	%
Venituri -Restaurant	1,097,000.00	1,109,703.00	101.16
Venituri-Hotel și săli de conferință	1,074,000.00	1,134,749.79	105.66
Venituri -Cota de asociere cu SC Iulius Mall Cluj SRL	3,317,000.00	3,317,582.99	100.02
Venituri din variația stocurilor	473,000.00	472,751.66	99.95
Alte venituri din servicii prestate	313,400.00	315,937.97	100.81
Alte venituri din exploatare	161,230.00	197,470.21	122.48
Venituri financiare	7,900.00	9,597.61	121.49
Total venituri	6,443,530.00	6,557,793.23	101.77
I. Cheltuieli de exploatare, din care:	6,577,480.00	6,592,604.77	100.23
1. Cheltuieli materiale, din care	1,886,100.00	1,919,458.34	101.77
a) cheltuieli cu materiale consumabile	362,000.00	364,736.81	100.76
b) cheltuieli cu obiectele de inventar	3,000.00	2,432.97	81.10
c) cheltuieli cu costul marfii	475,800.00	472,799.46	99.37

d) cheltuieli cu utilitatile	157,000.00	208,694.23	132.93
e) cheltuieli cu alte servicii executate de terți	412,500.00	393,748.67	95.45
f) cheltuieli cu materia prima	475,800.00	477,046.20	100.26
2. Cheltuieli cu personalul	3,624,280.00	3,610,184.00	99.61
3. Cheltuieli cu amortizarile	785,000.00	786,194.00	100.15
4. Cheltuieli de protocol	7,500.00	6,183.06	-
5. Cheltuieli de reclama și publicitate	41,000.00	35,960.27	87.71
6. Cheltuieli cu impozite, taxe, etc	233,600.00	234,400.10	100.34
7. Alte cheltuieli de exploatare		225.00	-
II. Cheltuieli financiare	434,000.00	426,078.27	98.17
Total cheltuieli	7,011,480.00	7,018,683.04	100.10
Rezultatul brut	- 567,950.00	- 460,889.81	118.85

Veniturile totale realizate în semestrul II al anului 2020 reprezintă 101,77% din veniturile totale prevăzute. Cheltuielile înregistrate sunt aferente veniturilor realizate în semestrul II a.c. și cuprind cheltuieli suplimentare speciale, necesare pentru asigurarea materialelor consumabile și a serviciilor de carantinare (articole de unică folosință pentru hrană și igienă personală, spălare specială lenjerie, dezinfecție după fiecare serie, transportul deșeurilor periculoase, etc.). În perioada 17.09.2020 – 31.12.2020, societatea a aplicat prevederile OUG 132/2020 privind reducerea programului de lucru al angajaților, prin trecerea la programul de lucru de 4 ore/zi, 20 ore/săptămână, cu scopul reducerii cheltuielilor salariale și protecția angajaților pe termen lung. Această măsură a condus la reducerea cheltuielilor salariale cu 11.62% față de cele înregistrate la 31.12.2019. De asemenea, în urma aplicării OUG 132/2020, UNIVERS T SA a beneficiat de subvenții în valoare de 129.000 lei. În aceste condiții, cheltuielile totale reprezintă 100,10 % față de prevederile bugetare.

Rezultatul brut realizat în semestrul II al anului 2020 este pierdere în valoare de 460.890 lei.

Raportat la aceeași perioadă din anul precedent, în tabelul de mai jos sunt trecute realizările societății în semestrul II 2020.

Indicatori economici	Sem. II 2019	Sem. II 2020	Procent (%) Sem. II 2020/ Sem. II 2019
Venituri totale	9,482,696	6,557,793	69.16
Cifra de afaceri	8,394,636	5,877,974	70.02
Cheltuieli totale	8,628,090	7,018,683	81.35
Profit brut	854,606	-460,890	-153,93

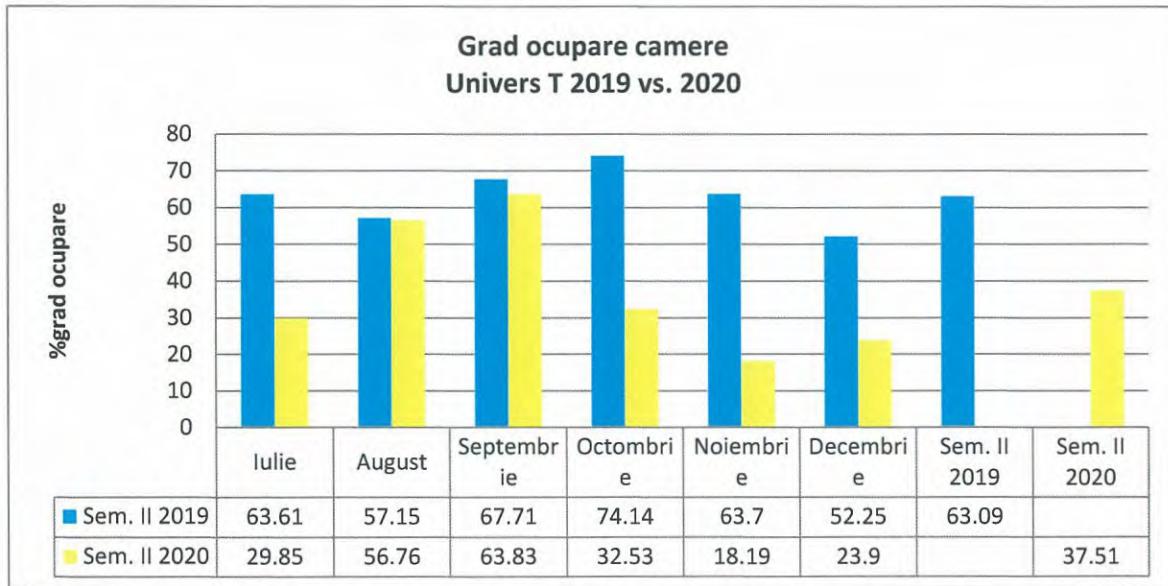
3. Informații referitoare la activitatea desfășurată de unitățile de cazare și de alimentație publică. Activitățile de marketing-vânzări.

Deși așteptările inițiale pentru turism în anul 2020 erau promițătoare, datele din 2019 indicând o creștere de 5% a înnoptărilor față de 2018, situația generată de COVID-19 și restricțiile adoptate în consecință de către guvern au dus la o criză fără precedent, industria ospitalității fiind una dintre cele mai afectate ramuri la nivel mondial.

În acest an, atât turismul românesc, cât și cel clujean au avut mult de suferit. De exemplu, în luna octombrie 2020, sosirile înregistrate la unitățile de primire turistică din Cluj au însumat 23.710, în scădere cu aproximativ 64% față de cele de anul trecut, din aceeași perioadă.

Gradul de ocupare al camerelor la Univers T

În perioada 1 Iulie 2020 – 31 Decembrie 2020, Hotel Univers T a vândut un număr de 1.906 camere, cazând 2.929 clienți; total înnoptări- 2.897 din care 211 cetățeni străini și 2.686 români, gradul de ocupare a camerelor fiind de 37,51%, durata medie a sejurului fiind de 1 noapte. Comparativ, în aceeași perioadă a anului 2019 am înregistrat un grad de ocupare a camerelor de 63,09%.



Menționăm că în calculul gradului de ocupare nu au fost luate în considerare camerele dezafectate (cele aflate în renovare).

Spre comparație, în graficul de mai jos este prezentată evoluția Indicelui net de ocupare a locurilor de cazare, categoria hoteluri, raportat pentru Municipiul Cluj-Napoca de către Direcția Județeană de Statistică Cluj, indice aflat în scădere drastică în anul 2020 :

2020	grad ocupare UNIVERS T	grad ocupare Cluj-Napoca HOTELURI
ianuarie	55.46	22.8
februarie	55.14	28.89
martie	47.58	14.8
aprilie	45.2	3.51
mai	39.18	5.26
iunie	18.14	8.42
iulie	29.85	24.21
august	56.76	30.11
septembrie	63.83	21.67
octombrie	32.53	15.63
noiembrie	18.19	11.82
MEDIE	41.99	17.01
decembrie	23.9	-

La nivelul unității de cazare a complexului Univers T, clienții care au ocupat pe parcursul **semestrului II al anului 2020** camerele hotelului, au ca și sursă de proveniență:

<i>Corporate</i>		<i>Agenții</i>		<i>Liber</i>		<i>Total</i>	
Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Total turiști	Total camere
199	191	390	318	2340	1397	2929	1906

Comparativ, mai jos se regăsesc datele referitoare la Sursele de proveniență a clienților Univers T, pe semestrul II 2019:

<i>Corporate</i>		<i>Agenții</i>		<i>Individual</i>		<i>Total</i>	
Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Total turiști	Total camere
1504	1059	2241	1730	4445	2913	8190	5702

Pe parcursul semestrului II ne-au trecut pragul atât turiști români (2.686 înnoptări- 92,14 %), cât și străini (211 înnoptări- 7,85 %). Majoritatea turiștilor străini au fost din țări precum Spania, Franța, Germania, Elveția dar și din Singapore, Malaezia și Canada.

În anul 2020, datorită politicilor de preț aplicate, tariful mediu net pe cameră a crescut de la 180,80 lei la 222,79 lei, respectiv venitul/loc ocupat a crescut de la 374,07 lei la 424,39 lei.

Restaurantele Luna, Venus, Salonul Mercur și Centrul de Conferințe au fost și mai puternic puternic afectate de restricțiile impuse de autoritati pentru stoparea raspandirii virusului Covid-19. Cu excepția teraselor, pe parcursul semestrului II unitățile de alimentație publică din municipiul Cluj-Napoca au fost deschise pentru servirea clienților în interior doar în intervalul 1 septembrie 2020-12 octombrie 2020, nemaiputând fi organizate evenimente cu un număr mare de persoane (nunta, botez, banchet etc), numărul participanților fiind restricționat la un maxim de 50 persoane.

Restaurantele Luna, Venus, Salonul Mercur și terasele complexului hotelier au gazduit 32 evenimente, un numar de aproximativ 813 persoane trecandu-ne pragul.

Evenimente 2020-Sem. II

2020	Nuntă	Botez	Alte evenimente (mese/cine)
Iulie	0	1	3
August	0	1	6
Septembrie	0	1	9
Octombrie	0	0	8
Noiembrie	0	0	3
Decembrie	0	0	0
Total	0	3	29

Evenimente 2019-Sem.II

2019	Nuntă	Botez	Alte evenimente (mese/cine)
Iulie	4	4	32
August	2	1	16
Septembrie	2	8	24
oct	2	6	35
nov	0	6	53
dec	0	3	36
Total	10	28	196

Din cauza evolutiei pandemiei pe teritoriul Municipiului Cluj-Napoca, restaurantele nu au mai avut posibilitatea să organizeze evenimente. În perioada sărbatorilor de Crăciun și a Anului Nou au fost oferite clienților meniuri și platouri speciale pentru delivery. Pentru partea de cazare au fost oferite clienților pachete speciale de cazare, tarifele în weekend de asemenea având oferta specială.

În perioada 1 Iulie – 31 Decembrie 2020 evenimentele din sălile de conferințe au fost afectate în aceeași măsură ca și industria de evenimente și HORECA, suferind o reducere drastică față de aceeași perioadă a anului 2019, aşa cum se vede mai jos:

	Sem. II 2019	Sem. II 2020
Total Evenimente	313	93
Total Participanți	8425	1280

În această perioadă de raportare, Casa Călățele a fost preferată ca și destinație pentru distracție dar și relaxare pentru cei care și-au dorit un weekend liniștit în natură. Casa Călățele a fost rezervată în special în weekenduri și în perioada sărbatorilor de iarnă.

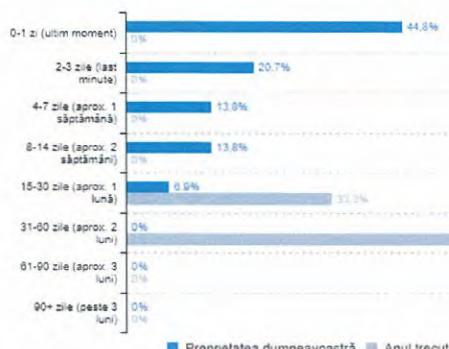
Pe partea de actualizare informații on-line despre Complexul nostru, am continuat îmbunătățirile aduse la site-ul nou www.universt.ro, am lansat un blog aferent site-ului nostru și încercăm să atragem cât mai mulți clienți posibil. Toate îmbunătățirile aduse site-ului se optimizează și pentru utilizarea în varianta mobile.

Motorul de rezervări Booking a înregistrat în al II-lea semestru al anului 2020, conform datelor de mai jos pentru hotelul nostru, următoarele rezultate:





Rezervări per perioada de rezervare



Prețul mediu zilnic ▾



Date defalcate pe cameră și preț

Statistici începând cu 14 ian 2021 despre rezervările cu status efectuat (rezervări nete) la proprietatea dumneavoastră, începând cu 1 ian 2020.

Nume cameră/preț	Nopți	Venituri	Prețul mediu zilnic
Total	199	RON 51.077	RON 256,67
Cameră twin	190	RON 47.847	RON 251,83
Standard Rate	186	RON 44.047	RON 236,81
UNTOLD Festival	4	RON 3.800	RON 950,00
Suită Executive	9	RON 3.230	RON 358,89
Standard Rate	9	RON 3.230	RON 358,89

Prezentări realizate în luna Decembrie 2020 pe canalele on line

Prezentările au fost facute pe youtube: live-uri și video și pe Instagram – instastory și igtv + reel

Bogdan Pricope : 221.000 abonați

<https://www.youtube.com/watch?v=U3fcs3W87JQ> – 10.600 vizualizări

live din camera, live-ul a durat 3.5 ore, total aproape 70.000 vizualizări

<https://www.youtube.com/watch?v=PvQqhEQtyqU> – Hotelul nostru a fost menționat în timpul prezentării unui hotel de 4 stele din Sibiu - au peste 27.000 vizualizări

Cristi și Ralu: 31.000 abonați

Pe lângă faptul că în fiecare video au menționat unde sunt cazați, au realizat și 3 live-uri din camere, live-uri care au strâns în total vizualizări aprox. 38.000.

Videouri pe youtube

<https://www.youtube.com/watch?v=jm713LyqNBk> – 26687 vizualizări

https://www.youtube.com/watch?v=rKNw_VA-ejo = 31226 vizualizări

Dacă în primele luni ale anului trendul a fost ascendent, îndeplinind toate strategiile de marketing propuse, din a doua parte a semestrului I până la sfârșitul anului 2020, lucrurile au început să se schimbe din cauza situației existente pe plan mondial, industria ospitalității fiind cea mai afectată de pandemia de Covid-19.

Conform datelor World Travel and Tourism Council, industria turismului și ospitalității contribuie în prezent cu 10% din PIB-ul la nivel global, în vreme ce una din 10 meserii din lume este legată de acest domeniu.

Deși așteptările inițiale pentru 2020 erau promițătoare, datele din 2019 indicând o creștere de 5% a înnoptărilor față de 2018, situația generată de COVID-19 și restricțiile adoptate în consecință de către guvern au dus la o criză fără precedent.

Turismul și ospitalitatea nu vor mai fi niciodată la fel. De la cultura turistică la produsul turistic, totul va fi redefinit. Este un fapt. Același lucru s-a întâmplat în timpul crizei din 2008, când cultura de afaceri obișnuită s-a schimbat dramatic și nu a revenit la ceea ce a fost. Primul pas pe care îl putem face acum este să începem să acceptăm aceste vremuri noi.

Strategia de promovare și publicitate:

Popularizarea măsurilor de siguranță implementate

În contextul actual, comunicarea rămâne esențială atât cu agențiile de turism, companiile și instituțiile partenere cât și cu fiecare potențial client în parte. Aceștia trebuie să cunoască în continuare toate serviciile pe care le oferim, dar și măsurile de siguranță luate privind respectarea regulilor de igienă în spațiile de cazare și în sălile de conferință, cât și în ceea ce privește siguranța alimentară și a personalului care deservește aceste spații. La nivelul unității de alimentație publică, măsurile pe care le-am pus în aplicare pentru a ne asigura că nu se produce nici un fel de contaminare în timpul pregăririi alimentelor, precum verificarea angajaților la intrarea în tură, folosirea produselor dezinfectante cu biocide avizate, revizuirea modalităților de aprovizionare și a fluxului tehnologic de preparare, asigura clienților noștri un sejur în deplină siguranță.

Deși avem încă restricții pe partea de organizare de evenimente, toți clienții care ne-au trecut pragul și care doresc să revină, dar și posibilii noi clienți, trebuie să fie informați privind reorganizarea activității și a spațiilor existente în conformitate cu noile cerințe privind distanțarea socială. Arătam astfel clienților cât de serioși suntem în ceea ce privește siguranța lor și a personalului propriu.

Crearea unui plan de comunicare intern solid pentru angajați, în special cei aflați în relație directă cu clienții (front office), a reprezentat o preocupare permanentă în această perioadă. Aceștia trebuie să fie pregătiți să răspundă tuturor întrebărilor oaspeților. Când ne confruntăm cu un client stresat sau preocupat, este important să ne asigurăm că personalul are acces constant la toate canalele de informații, ca resursă pentru a verifica orice tip de informații publice.

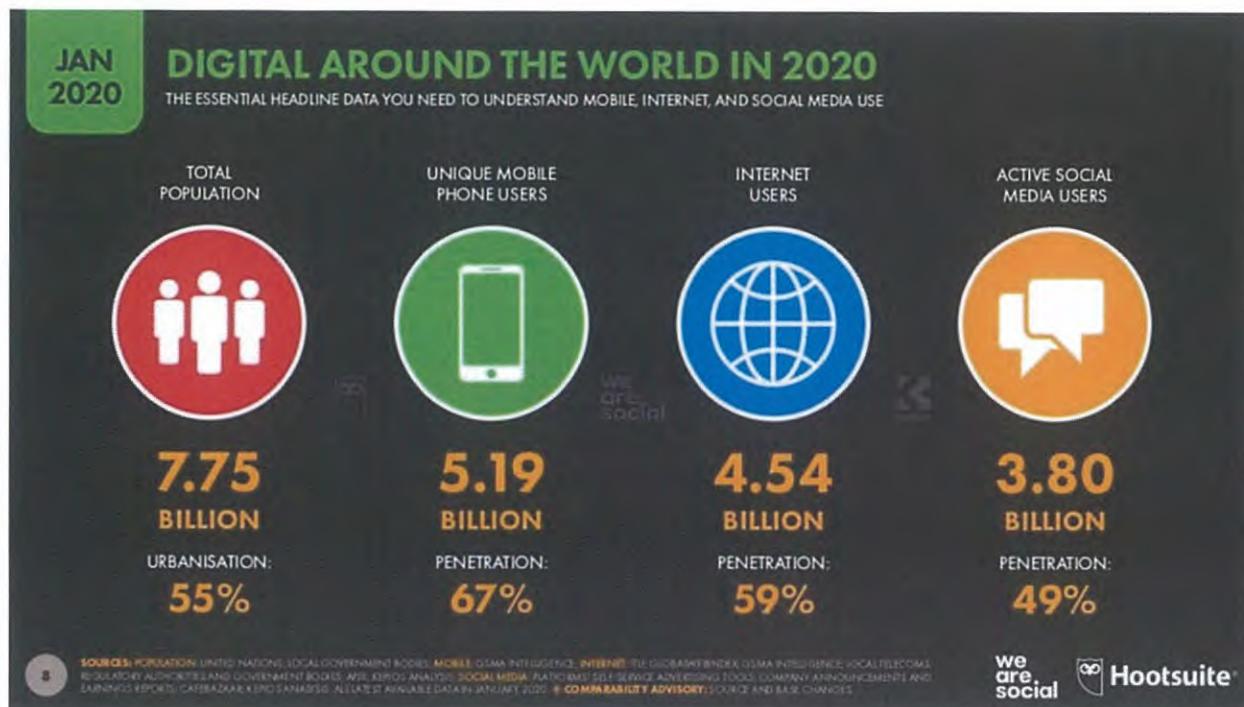
Prioritizarea prezenței online

În perioada raportată, în condițiile reducerii cheltuielor companiei și implicit de reducere și a cheltuielor de marketing și publicitate, am încercat să menținem și să dezvoltăm o prezență online constantă pe site-urile de profil și să îmbunătățim comunicarea directă cu clienții, în special pe rețelele de socializare, partea de Social marketing fiind vitală în această perioadă.

Avem un brand puternic, recenziile au fost preponderent îmbucurătoare pentru noi și este foarte important să păstrăm o comunicare directă, empatică, corectă și clară cu clienții

noștri. De acum oaspeții vor alege după alte criterii un hotel: siguranță, facilități online, acces ușor și servicii WiFi.

Conform Digital în 2020 în social media sunt 3,8 billioane utilizatori activi



În continuare ne propunem următoarele pentru promovarea on-line:

- asigurarea unei mai mari vizibilități a paginii de site.
- actualizarea permanentă a paginii de Internet și introducerea de noi secțiuni; video, tur virtual.
- pagina Facebook, Instagram, Twitter, canalul de You Tube trebuie să arate clienților toate noutățile noastre, a tuturor facilităților hotelului dar nu în ultimul rând faptul că sănătatea clienților este foarte importantă pentru noi; mesajul privind aceste măsuri de siguranță trebuie să fie discret explicate pe site-ul www.universt.ro, dar este obligatoriu să fie expus altfel riscăm să fim considerați o lacație unsafe.
- pe pagina de Facebook să postam clipuri în timp real cu tot complexul hotelier, un tur virtual (**“Travel Virtually”**), fiind foarte important în acestă perioadă să arătăm clienților, pe lângă interiorul complexului și exteriorul. Faptul că suntem langă un frumos parc, pe marginea unui lac, îi va influența în alegerea acestui complex, pentru că acum oaspeții preferă să-și petreacă timpul în aer liber. Pe lângă condițiile de

cazare excelente, a spațiului de servit masa în deplină siguranță, exteriorul hotelului permite relaxarea în aer liber, într-un mediu natural .

- **colaborare cu bloggeri** din oraș- această colaborare poate contribui favorabil la formarea și consolidarea reputației restaurantului/hotelului dar va duce și la îmbunătățirea poziției în motoarele de căutare, prin utilizarea de linkuri externe către site
- advertoriale în publicațiile online cu care avem contract
- e-mail marketing s-a dovedit a fi o abordare de success în marketarea restaurantelor/hotelurilor. Este important să ne creștem și să ne consolidăm baza de date și, implicit, de emailuri, pentru a ne promova prin intermediul newsletter-elor diferitele promoții, cupoane discount sau pentru a păstra clienții la curent cu ultimele noutăți
- organizarea, ocazional, de concursuri/ tombole, prin care să răsplătim fidelitatea fanilor din social media, să atragem clienți noi sau să îi fidelizezi pe vechii clienți
- programe de afinitate - presupun asocierea hotelului/restaurantului cu alte branduri recunoscute, cum ar fi colaborarea cu un brand de carduri de credit
- să devinim mai flexibili cu spațiul hotelului/restaurantului prin organizarea de alte tipuri de evenimente (organizarea de miniconcerte în sălile de restaurant, mini expoziție cu pictură)
- posturi targhetate + boost pe Facebook și Instagram

Alte propuneri în funcție de bugetul alocat în 2021:

- campanie google ads targhetata pe petreceri de iarna – search (pay / click) și display bannere
- campanii cu influenceri locali (gen Mircea Bravo, ioanagrama.ro, teoskitchen.ro)
- postări pe pagina de Facebook, Instagram, Twitter, Canal You Tube
 - campanii de taste&share pe parte de bucătărie
 - cursuri de nutriție
 - tutoriale despre prepararea rețetelor, live cooking shows
 - campanii vizuale – tur virtual promovat pe Facebook, poze, clip TV – un invitat care să gătească la noi în bucătărie împreună cu echipa, cursuri de gătit, mini clipuri culinare
 - asociere cu un Blogger culinary

- campanie “Google” Ads Search – cu optimzarea maximă a site-ului și posibilitatea de rezervări on-line pentru toate serviciile: hotel, restaurant, săli de conferință, Casa Călățele.

Strategii de dezvoltare și comunicare

În contextul actual, comunicarea rămâne esențială cu agențiile de turism, companiile și instituțiile cu care am avut o relație de colaborare exelentă. Acestea trebuie să cunoască în continuare toate serviciile pe care le oferim, măsurile de siguranță privind respectarea regulilor de igienă, atât a spațiilor de cazare și conferințe cât și siguranța alimentară și a personalului care deservesc aceste spații. Deși avem încă restricții pe partea de organizare de evenimente, toți clienții care ne-au trecut pragul și care doresc să revină, dar și posibilii noi clienți, trebuie să fie informați privind reorganizarea spațiilor existente în conformitate cu noile cerințe privind distanțarea socială și respectarea normelor de igienă impuse de noul context în care ne desfășurăm activitatea.

Comunicare safety: măsurile pe care le-am pus în aplicare pentru a ne asigura că nu se produce nici un fel de contaminare în timpul pregăririi alimentelor, de la verificarea angajaților la intrarea în tură, folosirea produselor dezinfectante cu biocide avizate, modalitățile de aprovizionare, fluxul tehnologic de preparare a alimentelor, etc. Arătam astfel clienților cât de serioși suntem în ceea ce privește siguranța lor și a personalului propriu.

Astfel că, pe viitor, va trebui să continuăm să implementăm noi reguli de igienă și distanțare, să asigurăm oaspeților spațiul necesar în fiecare moment când se află pe proprietatea noastră (în cameră, restaurant, spații comune interioare sau exterioare), să gândim programe mai atractive pentru oaspeți (poate chiar pentru cei ce doresc să stea mai mult decât de obicei), să oferim condiții de rezervare și anulare cât mai flexibile, să oferim chiar și camere “work friendly” (așa cum există conceptul de “work from home” de ceva vreme a apărut și cel de “work from hotel”), să asiguăm oaspeților conexiuni excelente la internet, să dezvoltăm și să îmbunățim partea de room service.

Pe segmentul investițiilor, lucrările de renovare a camerelor de pe etajele V și VI fiind finalizate în luna martie, în jumătatea a doua a anului au fost reluate și continua și în prezent lucrările de renovare-modernizare a camerelor de pe etajele III și IV, luerări care fac parte din strategia managementului societății de creștere a competitivității complexului hotelier pe o piață care va cunoaște o serie de schimbări și tendințe în viitorul apropiat, post-pandemic.

Toate dotările complexului, serviciile oferite pe partea de restaurant, camere și săli de conferință, avantajele propuse la semnarea contractelor, măsurile de igienă cât și locația complexului hotelier trebuie expuse clienților ca și avantaje majore. Deși poate unii clienți au mai participat la diferite evenimente în locația noastră, aceștia vor fi plăcut surprinși, chiar impresionați de modernizările aduse complexului hotelier și în viitor ne vom situa cu siguranță în topul alegerilor clienților.

PREȘEDINTE AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE

VAMAN DANIEL

