

Raport privind activitatea societății Univers T S.A. pentru anul 2024

1. Prezentarea complexului hotelier

Complexul hotelier Univers (T) aflat în subordinea Consiliului Județean Cluj este prezent pe piața hotelieră locală încă din 1985 și este alegerea perfectă atât pentru sejururi relaxante cât și pentru evenimente de business sau pentru petreceri personale de neuitat.

Renovat integral în perioada 2019-2023, aspect care a contribuit la obținerea a noi standarde de confort și calitate, hotelul a obținut în decembrie 2024 clasificarea de 4 stele, ocazie cu care și-a schimbat și denumirea în „*Hotel UNIVERS*”. Obținerea acestei clasificări de 4 stele deschide noi oportunități pentru atragerea unui public divers, precum și consolidarea poziției complexului ca punct de reper în domeniul industriei ospitalității din regiune.

Hotel emblematic al Clujului, cu o poziționare extrem de favorabilă, în proximitatea lacului Gheorgheni, hotelul Univers dispune de 57 de camere complet renovate, un centru de conferințe modern și ultra-tehnologizat cu 6 săli de conferințe cu capacități între 10 și 70 locuri și un amfiteatru impresionant, cu o capacitate de 300 de locuri, precum și două restaurante cu terase exterioare recent redimensionate și modernizate.

Hotel-Restaurant





Centrul de conferințe



2. Situația indicatorilor economico-financiari pentru anul 2024.

Societatea UNIVERS T S.A. realizează venituri exclusiv din activitatea curentă de servicii hoteliere, alimentație publică și din exploatarea centrului de conferințe, fără a beneficia de venituri de la bugetul de stat sau local. Situația sintetică pe sectoare de activitate se prezintă astfel:

Indicator economic	Prevăzut 2024	Realizat preliminar 2024	%
Venituri -Restaurant	3,938,000.00	3,019,986.00	76.69
Venituri-Hotel și săli de conferință	4,450,000.00	3,971,763.00	89.25
Venituri din chirii și Cota de asociere cu Iulius Mall Cluj SRL și UBC One	4,225,000.00	4,283,735.00	101.39
Venituri din variația stocurilor	1,400,000.00	1,120,766.00	80.05

Alte venituri din exploatare	91,000.00	511,314.00	561.88
Venituri financiare	140,000.00	128,225.00	91.59
Total venituri	14,244,000.00	13,035,789.00	91.52
I. Cheltuieli de exploatare, din care:	13,570,740.00	12,566,789.00	92.60
1. Cheltuieli materiale, din care	5,003,800.00	4,125,090.00	82.44
a) cheltuieli cu materiale consumabile	756,800.00	640,308.00	84.61
b) cheltuieli cu obiectele de inventar	150,000.00	91,867.00	61.24
c) cheltuieli cu costul marfii	1,400,000.00	1,120,766.00	80.05
d) cheltuieli cu utilitatile	551,000.00	461,868.00	83.82
e) cheltuieli cu alte servicii executate de terti	746,000.00	757,465.00	101.54
f) cheltuieli cu materia prima	1,400,000.00	1,052,816.00	75.20
2. Cheltuieli cu personalul	6,147,940.00	5,862,480.00	95.36
3. Cheltuieli cu amortizarile	1,910,000.00	2,078,391.00	108.82
4. Cheltuieli de protocol	15,000.00	13,550.00	90.33
5. Cheltuieli de reclama si publicitate	130,000.00	62,655.00	48.20
6. Cheltuieli cu impozite, taxe, etc	360,000.00	412,751.00	114.65
7. Alte cheltuieli de exploatare	4,000.00	11,872.00	296.80
II. Cheltuieli financiare	385,000.00	154,121.00	40.03
Total cheltuieli	13,955,740.00	12,720,910.00	91.15
Rezultatul brut	288,260.00	314,879.00	109.23

Veniturile preliminate a se realiza la finele anului 2024 reprezintă 91,52% din veniturile totale prevăzute, venituri înregistrate pe fondul dificultăților întâmpinate în eforturile de revenire a pieței de turism și evenimente, private și corporate.

Cheltuielile înregistrate la nivelul anului 2024 sunt aferente veniturilor realizate. În contextul eforturilor depuse pentru controlul cheltuielilor, acestea reprezintă 91,15% față de prevederile bugetare. Cele mai afectate elemente de cheltuială sunt tarifele la servicii, acestea fiind influențate de caracterul obligatoriu al contractării lor.

Rezultatul brut realizat la finalul anului 2024 este profit în valoare de 314,88 mii lei, cu 9,23% mai mare decât prevederile bugetare.

Raportat la aceeași perioadă din anul precedent, în tabelul de mai jos sunt trecute realizările societății în anul 2024, iar acestea reflectă progresul făcut în eforturile societății pentru îmbunătățirea serviciilor oferite pe piața ospitalității.

Indicatori economici	2023 -lei-	2024 -lei-	Procent (%) 2024 / 2023
Venituri totale	12,691,908	13,035,789	102.71
Cifra de afaceri	11,005,278	11,275,484	102.46
Cheltuieli totale	12,455,400	12,720,910	102.13
Profit brut	236,508.00	314,879	133.14

3. Proiecte de investiții derulate în anul 2024.

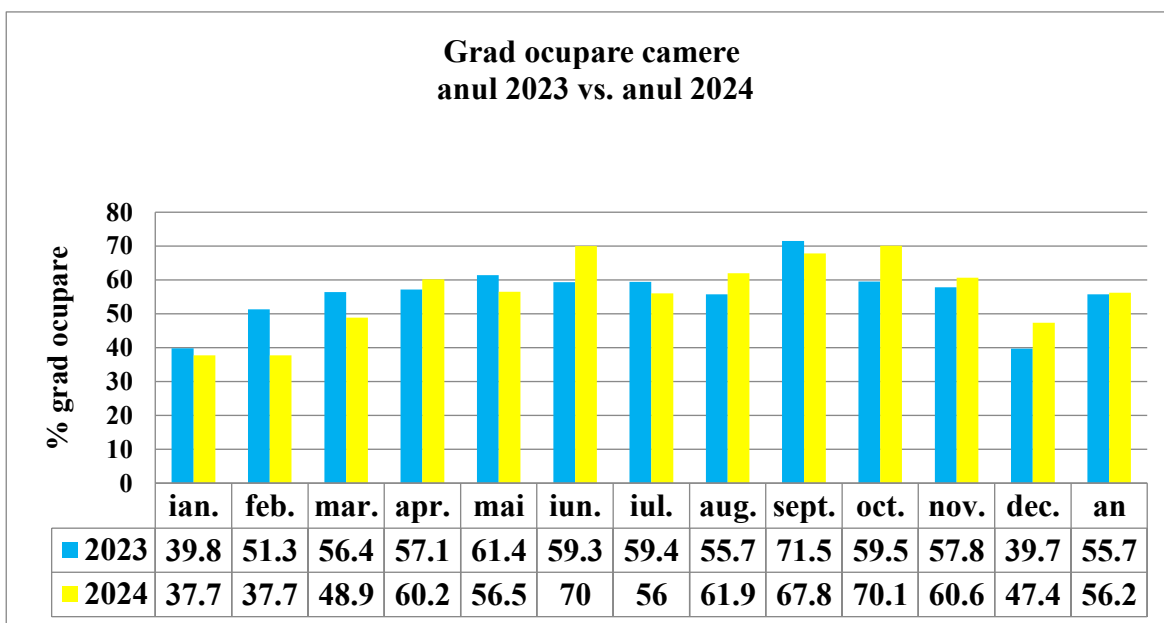
În urma investițiilor realizate în perioada 2019-2023 s-au modernizat în totalitate spațiile interioare ale complexului, iar în anul 2024 s-au realizat lucrări de renovare-modernizare a zonele de acces din exterior, inclusiv zonele de conexiune cu vecinătățile complexului (Lacul Gheorgheni, Iulius Mall și Parcul Iulius, etc). De asemenea, a fost renovată și terasa exterioară aferentă restaurantului principal, lucrările constând în închiderea acesteia cu panouri de sticlă pentru a putea fi exploatată și în sezonul rece, precum și înlocuirea mobilierului și corpurilor de iluminat și amenajarea unui bar exterior care să deservească această terasă. Pentru toate aceste obiective de investiții s-au efectuat în anul 2024 cheltuieli în sumă totală de 961,32 mii lei, fondurile fiind asigurate din surse proprii.

Odată cu finalizarea acestor lucrări, s-a completat noua imagine a hotelului Univers, care va oferi clienților săi o experiență și mai rafinată, servicii de calitate și o atmosferă primitoare pentru a face fiecare sejur de neuitat.

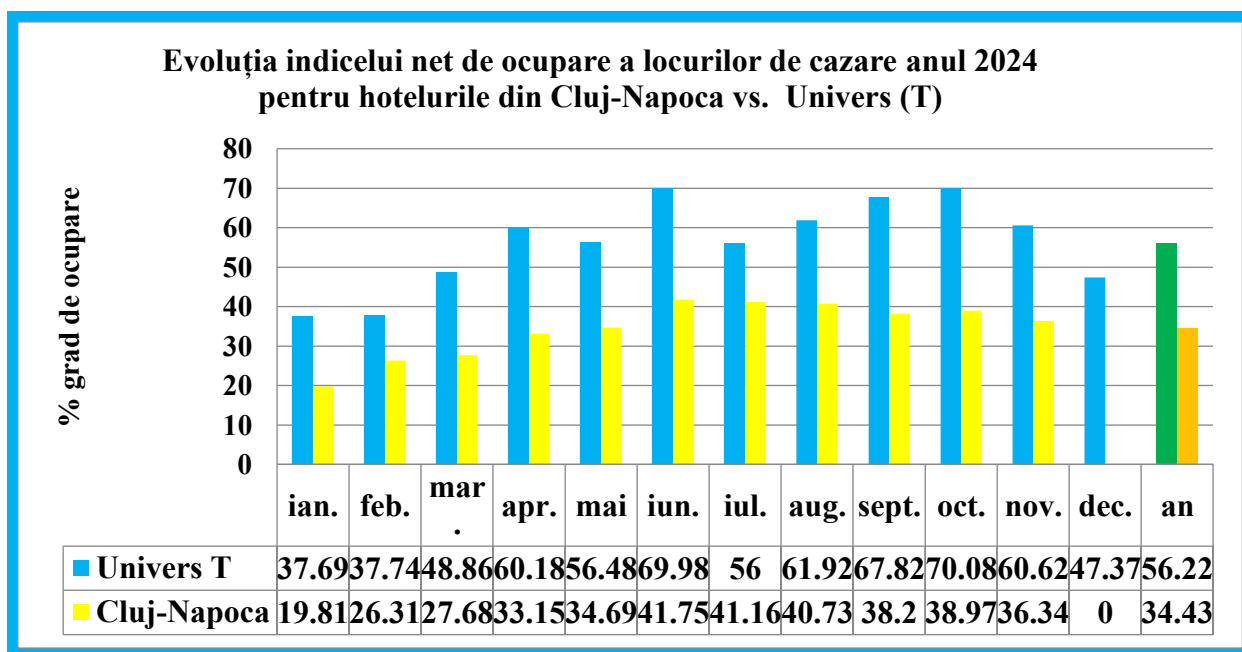
4. Informații referitoare la activitatea hotelieră și de alimentație publică.

Gradul de ocupare al camerelor la Univers (T)

În anul 2024, hotelul Univers (T) a vândut un număr de 11.584 camere, cu un total de înnopțări de 16.853. Gradul de ocupare a camerelor pentru anul 2024 a fost de 56.22 % (în creștere față de anul 2023 când gradul de ocupare al camerelor a fost de 55.72 %), iar durata medie a șederii în anul 2024 a fost 1,83 zile.

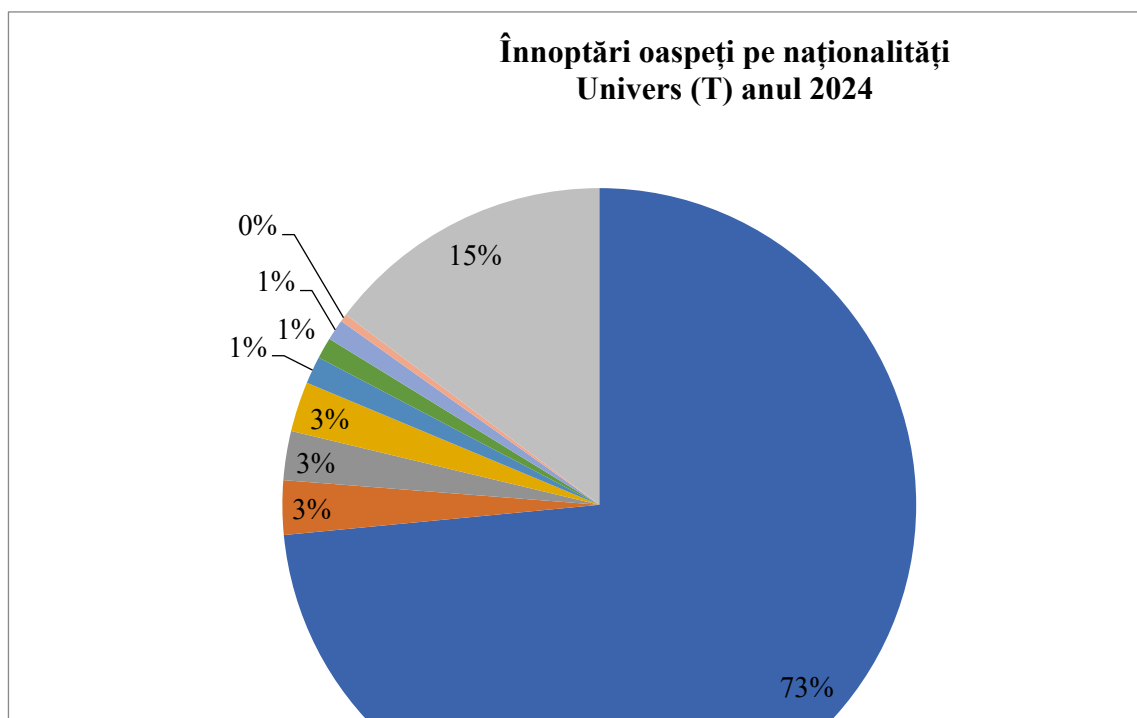


Spre comparație, în graficul de mai jos este prezentată evoluția Indicelui net de ocupare a locurilor de cazare, categoria hoteluri, raportat pentru Municipiul Cluj-Napoca de către Direcția Județeană de Statistică Cluj și cel al hotelului Univers (T):

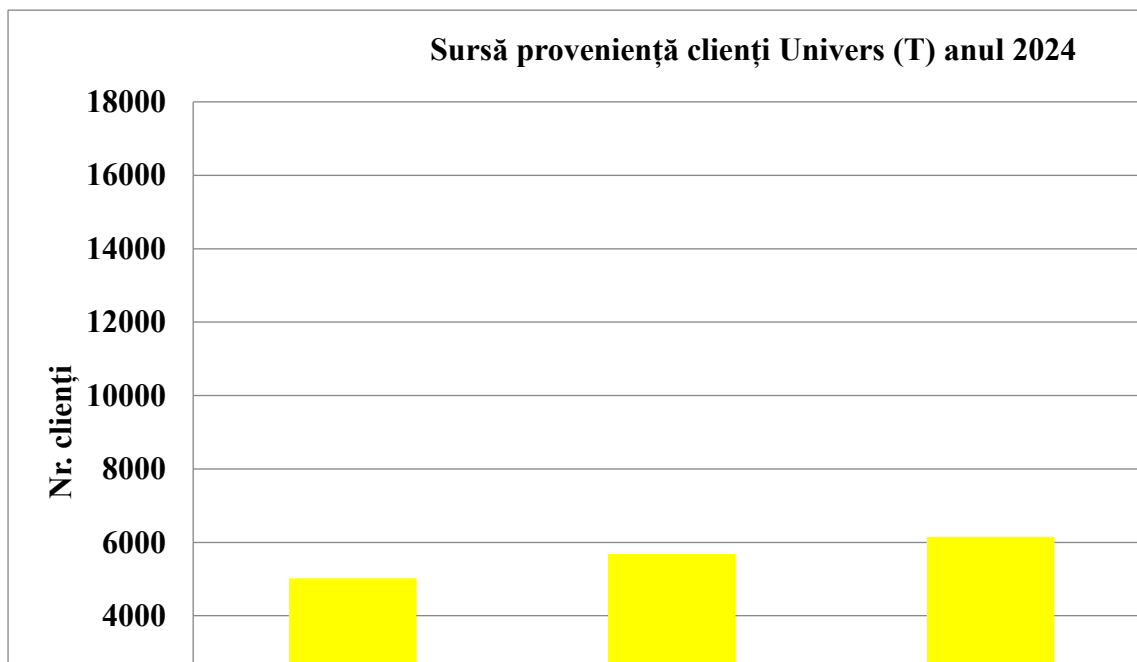


Obs: Datele pentru luna decembrie 2024 nu au fost încă publicate.

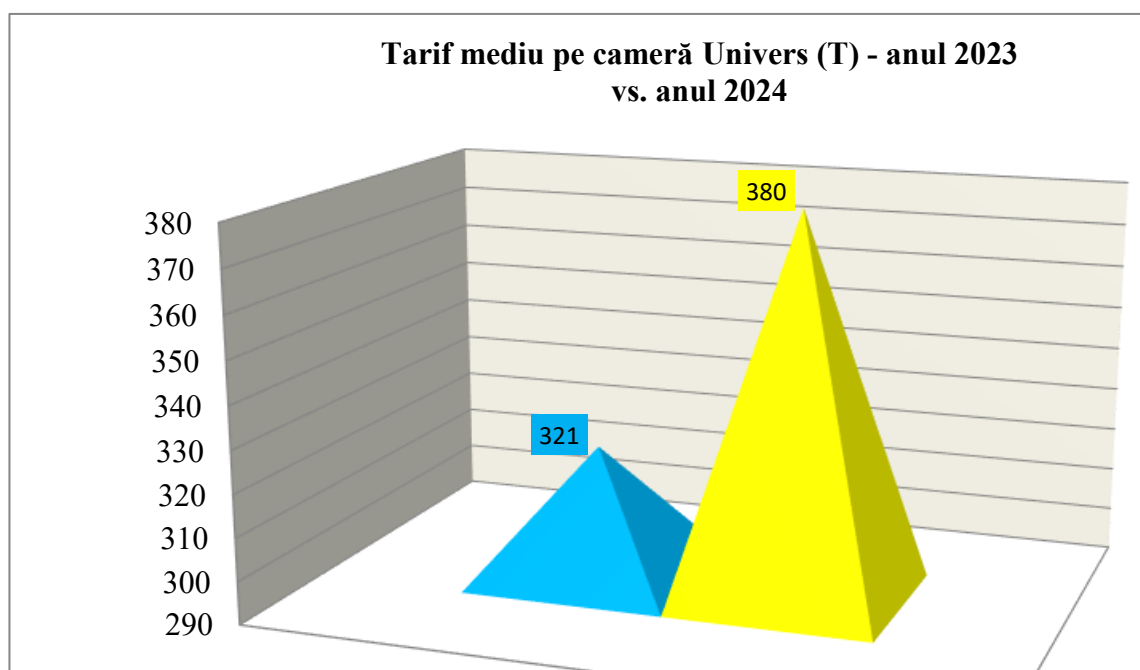
În ceea ce privește clasificarea pe naționalități, din totalul înnopțărilor, au fost 4.470 înnopțări ale cetățenilor străini și 12.383 înnopțări ale cetățenilor români, așa cum se observă din graficul de mai jos:



La nivelul unității de cazare a complexului Univers (T), clienții care au ocupat camerele hotelului pe parcursul anului 2024, fac parte din următoarele segmente de piață:



În anul 2024 tariful mediu realizat pe cameră este prezentat în graficul de mai jos, fiind în creștere față de anul 2023.



Începand cu anul 2024 am ales să folosim ca și sistem de gestiune a rezervărilor online și offline, sistemul Pynbooking, un All-in-one Hotel Management System, care să integreze și partea de restaurant în raportările către contabilitate. Pynbooking include toate soluțiile de care avem nevoie pentru gestionarea unitară și eficientă a rezervărilor noastre, în timp real, ceea ce ne permite să economisim timp și bani. Automatizarea asigură corelarea și sincronizarea datelor cu care operăm (prețurile camerelor, disponibilitatea și rezervările), acestea fiind preluate automat de sisteme multiple de vânzări online, inclusiv de site-ul nostru, pentru realizarea de rezervări online, direct, fără alți intermediari și fără intervenția unui operator uman, ceea ce asigură eficiență maximă, prin distribuirea și vânzarea simultană a camerelor hotelului nostru pe mai multe platforme și agenții de turism online.

Implementatarea noului sistem de gestiune hoteliera (PynBooking) și digitalizarea unor activități a avut un impact pozitiv asupra creșterii volumului de rezervări on-line și îndeosebi asupra creșterii rezervărilor efectuate prin site-ul propriu. Astfel veniturile cumulate generate din rezervările derulate prin site-ul propriu, Booking și celelalte agenții online cu care colaborăm reprezintă 31,8% din volumul total al veniturilor din servicii de cazare. În anul 2025, unul din obiectivele noastre este de a atrage și mai multe rezervări din zona de on-line înspre site-ul propriu, crescând astfel marja de profit ca urmare a faptului că nu se mai plătesc comisioanele aferente rezervărilor efectuate prin intermediul agențiilor de turism.

Motorul de rezervări **Booking** prin care se derulează în momentul de față cel mai mare volum de rezervări online (17,36 %), a înregistrat în anul 2024 următoarele rezultate pentru hotelul nostru, conform datelor prezentate mai jos:

New way to calculate review scores New

We'll change the way review scores are calculated so recent reviews have more influence on your review score.



Current

8.4

Your review score
based on 578 reviews



Based on the new way of calculation

8.5

Your new review score
based on 578 reviews

Bookings within:

Last 365 days

Comparison with:

Last year

Performance Overview

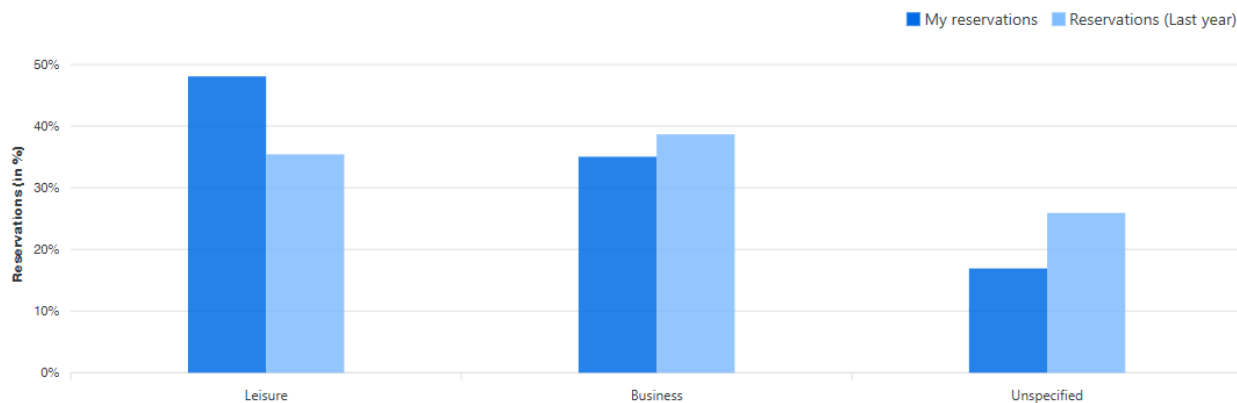
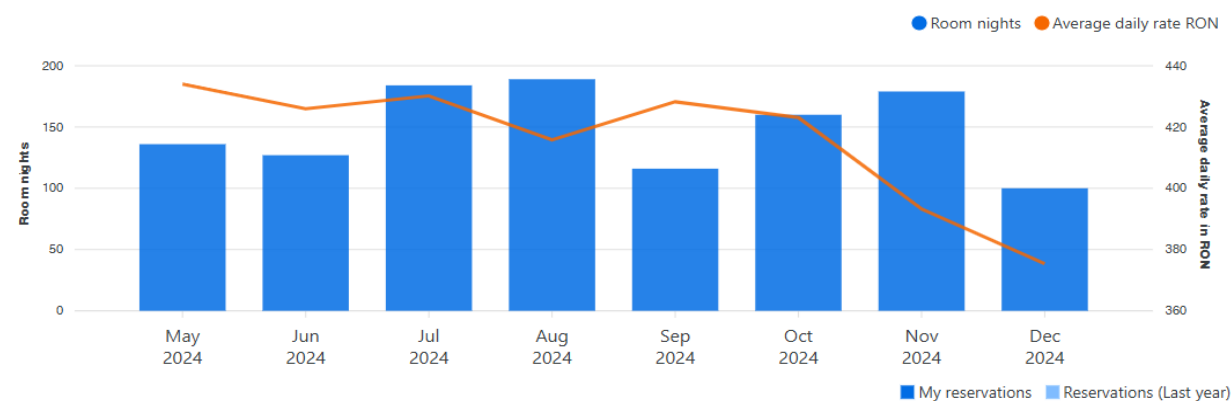
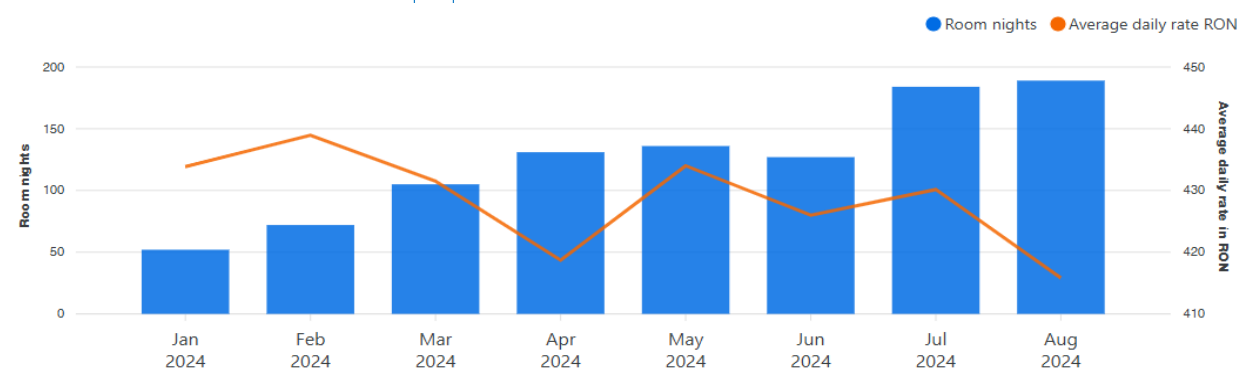
	Based on bookings in the past 365	Based on bookings for the next 365
Room Nights	1,534	191
Room nights (Last year)	14.82% (1,336)	70.54% (112)
Room Revenue	643,646.53 lei	93,595.26 lei
Revenue (RON) (Last year)	22.93% (523,575.90 lei)	98.38% (47,180.92 lei)
Average Daily Rate	419.59 lei	490.03 lei
Average daily rate RON (Last year)	7.07% (391.90 lei)	16.32% (421.26 lei)

Your sales performance

	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	May 2024	Jun 2024	Jul 2024
Room nights	52	72	105	131	136	127	184
Room nights (Last year)	75	68	175	69	52	142	133
% difference	-30.67%	+5.88%	-40.00%	+89.86%	+161.54%	-10.56%	+38.35%
Revenue (RON)	22,560.48	31,604.08	45,310.60	54,849.16	59,023.04	54,102.60	79,148.84
Revenue (RON) (Last year)	28,072.56	26,415.08	66,451.52	25,785.12	19,708.84	54,709.96	51,806.80
% difference	-19.64%	+19.64%	-31.81%	+112.72%	+199.47%	-1.11%	+52.78%
Average daily rate RON	433.86	438.95	431.53	418.70	433.99	426.00	430.16
Average daily rate RON (Last year)	374.30	388.46	379.72	373.70	379.02	385.28	389.52
% difference	+15.91%	+13.00%	+13.64%	+12.04%	+14.51%	+10.57%	+10.43%

Your sales performance

	Jun 2024	Jul 2024	Aug 2024	Sep 2024	Oct 2024	Nov 2024	Dec 2024
Room nights	127	184	189	116	160	179	100
Room nights (Last year)	142	133	96	160	95	132	121
% difference	-10.56%	+38.35%	+96.88%	-27.50%	+68.42%	+35.61%	-17.36%
Revenue (RON)	54,102.60	79,148.84	78,591.69	49,674.32	67,692.40	70,392.77	37,534.55
Revenue (RON) (Last year)	54,709.96	51,806.80	37,909.20	62,240.56	38,077.39	54,135.27	50,853.60
% difference	-1.11%	+52.78%	+107.32%	-20.19%	+77.78%	+30.03%	-26.19%
Average daily rate RON	426.00	430.16	415.83	428.23	423.08	393.26	375.35
Average daily rate RON (Last year)	385.28	389.52	394.89	389.00	400.81	410.12	420.28
% difference	+10.57%	+10.43%	+5.30%	+10.08%	+5.55%	-4.11%	-10.69%



În perioada 1 ianuarie – 31 decembrie 2024 unitatea de alimentație publică a găzduit 277 evenimente, cu un număr total de 11.056 participanți (nunți, botezuri, banchete, întâlniri aniversare, comemorări, petreceri, inclusiv prânzuri și cine organizate pentru clienții din sălile conferințe). Tot în aceeași perioadă, centrul de conferințe a găzduit 671 evenimente cu un număr total de 44.347 participanți, din care 99 evenimente organizate în amfiteatru cu un număr total de 28.540 participanți.

Strategii de dezvoltare și comunicare

Pentru a crește portofoliul și satisfacția clienților, varietatea, calitatea și diversitatea sunt mijloace care asigură competitivitatea și eficiența serviciilor, prin dezvoltarea conținutului ofertei și creșterea calității acesteia. Prin urmare, în anul de raportare, ne-am focusat pe următoarele obiective de marketing:

- Informarea continuă a publicului țintă asupra calității și serviciilor oferite de hotelul Univers T;
- Creșterea notorietății și reputației complexului;
- Creșterea vizibilității site-ului www.universst.ro și diversificarea canalelor de comunicare.

Am pus accent și în acest an pe promovarea amfiteatrului și a sălilor de conferințe cu dotările și facilitățile acestora, ca parte a strategiei de marketing. În acest sens au fost retrimise aceste oferte instituțiilor publice, școlilor și facultăților, agenților de turism, firmelor organizatoare de evenimente complexe, atât la nivel local cât și național. Am continuat ofertarea pentru amfiteatru, pentru evenimente variate: conferințe, deschidere/închidere de an școlar, concerte, adunări religioase, lansări de carte, sedințe și prezentări, spectacole și concursuri de dansuri, aceasta însemnând că informația transmisă de noi a ajuns către toate tipurile de potențiali clienți.

Contractele de publicitate cu mass media locală ne aduc o bună vizibilitate permițându-ne promovarea ofertelor și a noilor servicii oferite de Univers T. Prin urmare, colaborarea cu mass media locală a continuat și în acest an, în luna aprilie fiind semnate contractele pentru anul 2024. Acestea ne-au aduc un plus de promovare prin expunere bannere on-line sau advertoriale privind noile produse și servicii ale complexului hotelier.

Site-ul propriu a fost actualizat și îmbunătățit din punct de vedere al aspectului și conținutului, iar implementarea cu succes pe site-ul www.universst.ro a programului de rezervări online nu a întârziat să aduca rezultate pozitive.

Pe partea de alimentație publică ne-am continuat ofertarea evenimentelor cât și a meniurilor speciale către firme, asociații, agenții turism, școli și universități, organizatori de evenimente private. Meniul de terasă a fost actualizat, astfel începând cu 1 mai terasa noastră a

fost deschisă. Am avut program special pentru iubitorii de fotbal, astfel pe terasa Lake View, microbiștii și nu numai, au urmărit meciurile Campionatului European de Fotbal 2024. Am continuat cu evenimentele specifice sezoniere și anume deschidere de an școlar, petreceri aniversare serbări, petreceri de sfârșit de an.

În paralel, am continuat și promovarea clasică cu ajutorul materialelor promoționale. La toate evenimentele organizate de noi sau la care am participat am utilizat broșuri, roll-up-uri cât și promovarea pe canalele media a organizatorilor.

Prioritizarea prezenței online, marketing prin Social Media și marketing digital

În această perioadă ne-am axat în continuare și pe promovarea produselor și serviciilor pe Social Media, a ofertelor speciale și a promoțiilor și am avut o activitate intensă pe pagina noastră de Facebook și Instagram, unde le-am făcut cunoscute urmăritorilor noștri toate noutățile privind dotările, produsele și nu în ultimul rând, am realizat postări cu poze ale noilor facilități. Activitatea și rezultatele noastre de pe pagina de Facebook și Instagram sunt prezentate mai jos:

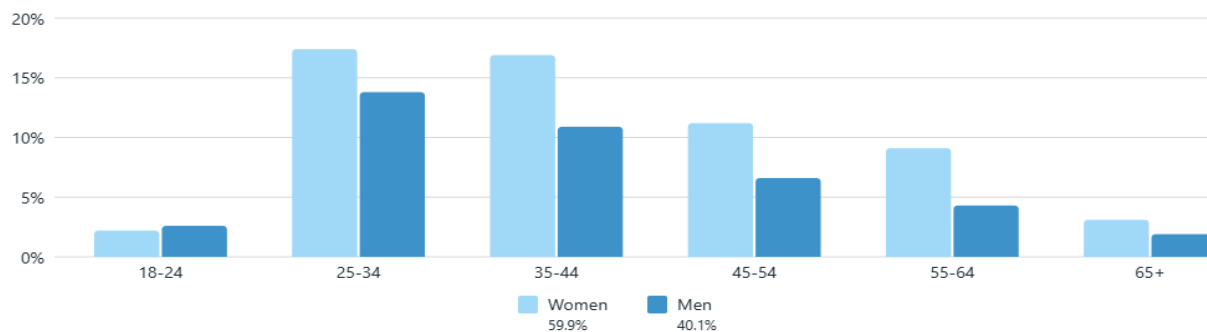
Raport Facebook și Instagram anul 2024 Univers (T)

Followers ●

Lifetime

12,200

Age & gender ●

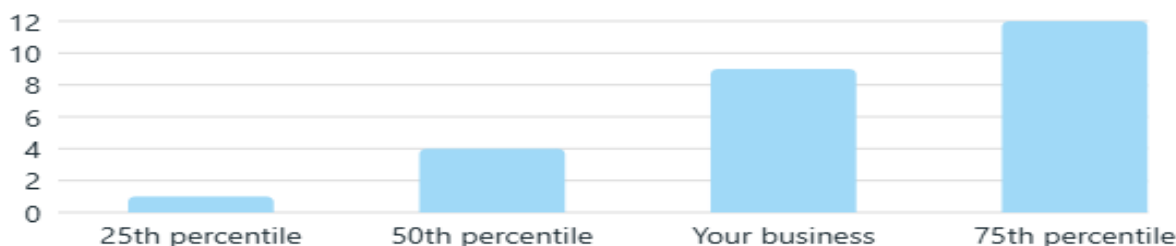


Published content ⓘ

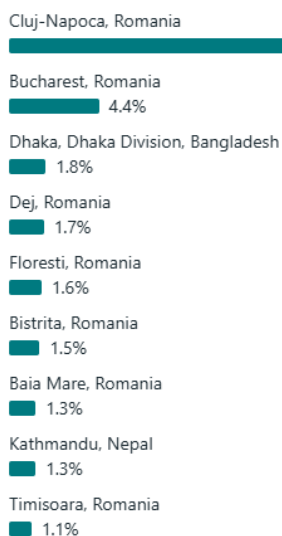
9

Similar to others

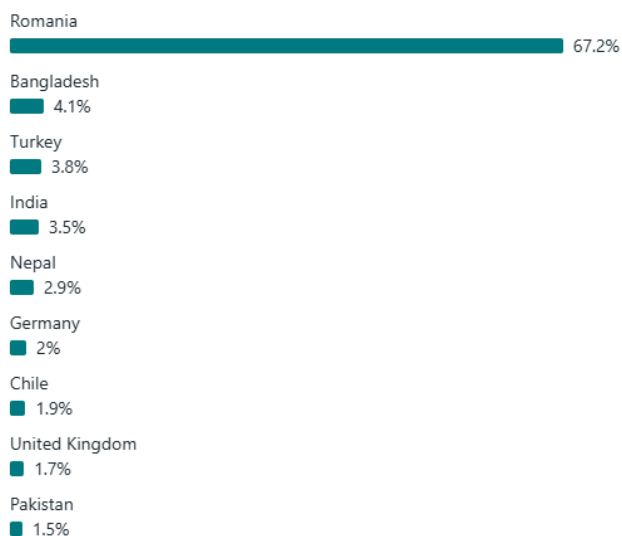
How often your business published versus others in this category



Top cities



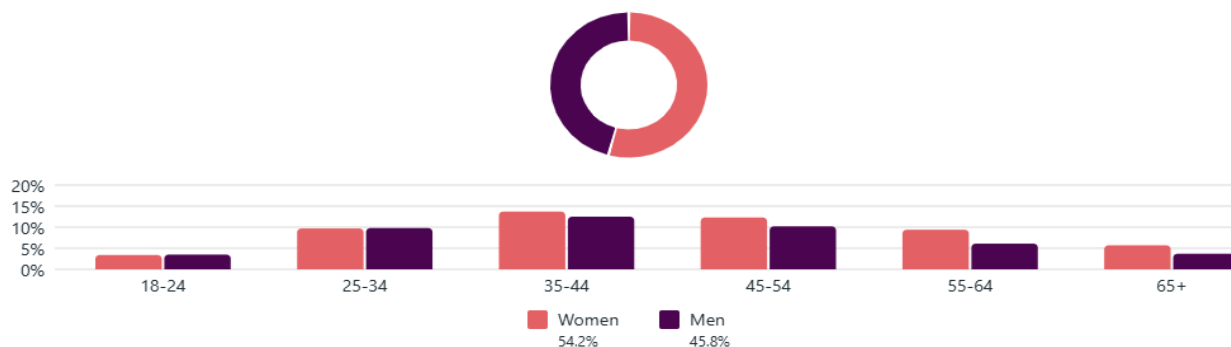
Top countries



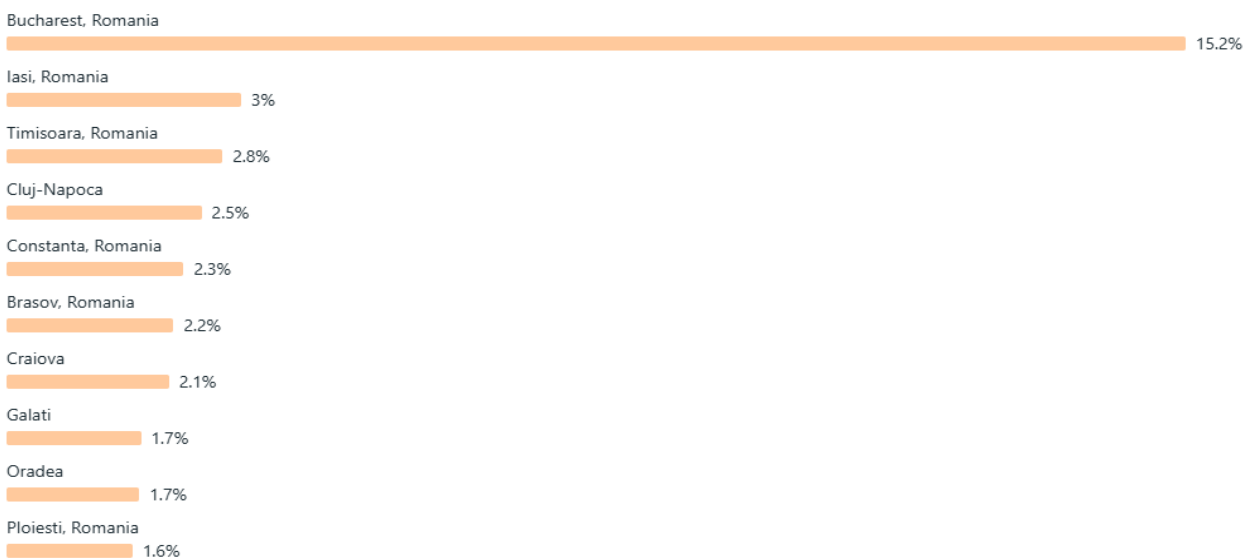
Estimated audience size ⓘ

10,500,000 – 12,300,000

Age & gender ⓘ



Top cities

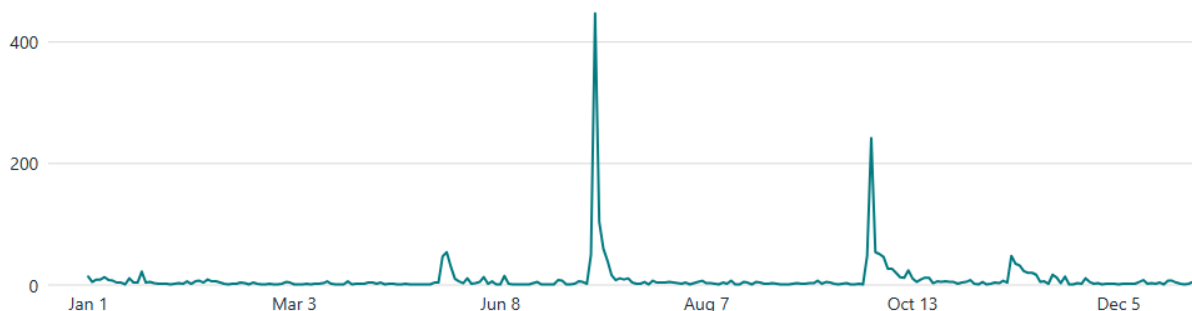


All Posts Stories **Reels** Videos Live

Initial plays ●
2.5K ↑ 35.2%

Watch time ●
5h 7m ↑ 145.4%

Interactions ●
100 ↑ 185.7%



5. Responsabilitatea socială corporativă și implicarea în comunitate.

Pentru orice companie, o modalitate de a dobândi un plus de valoare este implicarea în proiecte sociale, prin sprijinirea sau implementarea unor parteneriate și strategii cu rezultate măsurabile. Ne dorim permanent să dăm dovadă de responsabilitate, seriozitate și implicare și evidențiem aceste lucruri prin metode vizibile, cantitative, dar și calitative.

Implicarea socială este cu atât mai importantă cu cât Univers T este o companie aflată sub tutela unei instituții publice precum Consiliul județean Cluj. Prin urmare avem o strânsă colaborare cu colegii noștri din Consiliul Județean Cluj, cu instituțiile publice din orașul nostru, precum și cu diverse asociații sau organizații nonguvernamentale. Calendarului evenimentelor sportive, culturale, educative sau cu impact social care se desfășoară în Cluj-Napoca este actualizat permanent de către angajații departamentului marketing cu scopul de a ne implica cât mai mult în oferirea serviciilor noastre organizatorilor de evenimente și bineînțeles pentru susținerea dezvoltării comunitare.

Astfel, în luna ianuarie am oferit sprijin Asociației pentru solidaritate și empatie Delia Grădinaru în organizarea revelionului, această tabără fiind pentru noi deja o tradiție de peste 10 ani. ASE Delia Grădinaru este o asociație nonprofit, înființată cu scopul de a veni în sprijinul copiilor și tinerilor cu insuficiență renală cronică dependenți de hemodializă, dializă peritoneală și/ sau cu transplant renal de pe întreg teritoriul României. În urma identificării acestei nevoi, asociația organizează tabere de recreere pentru acești copii și tineri lângă centrele de dializă din țară pentru a garanta tratamentul vital pentru cei mai mulți dintre acești bolnavi, asigurând în mod gratuit participarea pentru toți cei interesați (beneficiari, aparținători, voluntari). Am fost încântați să sprijinim și anul acesta tabăra de iarnă (revelionul pe rit vechi) organizată în cadrul

Hotelului Univers (T). Membrii asociației au petrecut clipe de neuitat având posibilitatea să fie împreună timp de câteva zile, fiind susținuți de complexul nostru prin tarife speciale, meniuri personalizate și mult entuziasm din partea angajaților Univers T.

În luna martie am colaborat și am susținut cu tarife speciale Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Cluj din subordinea Consiliului Județean Cluj, care a organizat o acțiune derulată sub deviza “ Viitor comun pentru o schimbare semnificativă și transformatoare” în cadrul manifestărilor organizate cu ocazia Zilei Mondiale a Asistenței Sociale. Peste 100 de asistenți maternali din Cluj au participat la manifestare, aceștia având în grijă 184 de copii abandonati.

De asemenea, am încheiat contracte de colaborare cu Asociația Județeană de Judo Cluj, în baza cărora au fost cazați la noi copiii care au concurat la Campionatul Balcanic de Judo desfășurat în Cluj-Napoca, aceștia beneficiind de tarife preferențiale și meniuri concepute special pentru sportivi.

Am colaborat și cu societatea Marda Design, încheind un contract de promovare a imaginii complexului Univers T în cadrul evenimentului Casting Call - Județul Cluj - Filon de Cluj, desfășurat în luna aprilie în Cluj-Napoca. “Filon de România” este un proiect de găsim a filonului românesc, prezervând unicitatea în diversitate și consolidând unitatea în diversitate, pornind de la definirea fiecărei zone-județ în “grădina” celor 42 de arbori (41 județe și București), care își unesc rădăcinile în căutarea și definirea sintagmei “Filon de România”.

În luna iunie am colaborat cu Asociația Club Sportiv MB Motosport, care având parte de un tarif special ne-a asigurat promovarea la Raliul Clujului, cu expunere siglă pe mașină, pe tricourile concurenților și pe materialele promoționale.

În luna decembrie am găzduit și susținut evenimentul organizat de Direcția Generala de Asistență Socială și Protecția Copilului Cluj cu ocazia Zilei Internaționale a Persoanelor cu Dizabilități. Persoanele invitate au susținut un program artistic dedicat însoțitorilor lor, urmat de momente de socializare și de servire a mesei împreună.

Tot în luna decembrie am susținut și Asociația Preot Iosif Trifa prin oferirea de tarif special pentru amfiteatrul Terra pentru un eveniment caritabil de strângere de fonduri. Evenimentul a constat într-un concert de colinde la finalul căruia au fost strânse donații pentru bolnavii de cancer.

La fel ca și în anii anteriori, societatea noastră a susținut și în acest an elevii înscriși la unitățile de învățământ cu profil turism și servicii, respectiv Colegiul Tehnic Napoca și Colegiul Economic Iulian Pop din Cluj-Napoca, oferindu-le posibilitatea de a face practică în unitatea

noastră, în baza unor protocoale de colaborare. Aceste protocoale de colaborare vor aduce beneficii atât în plan educațional, cât și în din perspectiva dezvoltării industriei ospitalității, prin creșterea calității pregătirii elevilor, astfel încât după ce ies de pe băncile școlii și se angajează, să poată oferi servicii de calitate, lucru care este atât în beneficiul angajatorului, angajatului, cât și a turistului.

Responsabilitatea socială este la fel de importantă ca și succesul în afaceri și o privim ca pe o datorie pe care o avem față de toate părțile implicate în acțiunile pe care le presupune activitatea economică pe care o desfășurăm. În acest fel contribuim la dezvoltarea economică a comunității și dăm dovadă de o practică de afaceri transparentă și responsabilă față de societate și față de clienți, colaboratori și parteneri.

Pe viitor, urmare a obținerea noii clasificări de 4 stele, hotelul Univers își propune extinderea portofoliului de clienți și creșterea satisfacției acestora, prin diversificarea serviciilor și îmbunătățirea standardelor de calitate, precum și prin creșterea gradului de digitalizare în vederea asigurării unui acces mai facil și rapid la serviciile oferite.

Director General

Mariana Carmen Leș