

Nr. înreg. 45/21.01.2026

## **Raport privind activitatea societății Univers T S.A. pentru anul 2025**

### **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 a deschis 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 100 locuri și un amfiteatru impresionant, cu o capacitate de 290 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 2025.

Societatea UNIVERS T S.A. realizează venituri 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 2025	Realizat preliminar 2025	%
Venituri -Restaurant	4.137.000,00	3.969.239,00	95,94
Venituri-Hotel și săli de conferință	5.248.610,00	4.491.193,00	85,57
Venituri din chirii și Cota de asociere cu Iulius Mall Cluj SRL și UBC One	4.372.650,00	4.447.447,00	101,71

Venituri din variatia stocurilor	1.630.000,00	1.377.734,00	84,52
Alte venituri din exploatare	87.200,00	563.281,00	645,96
Venituri financiare	120.000,00	256.895,00	214,08
<b>Total venituri</b>	<b>15.595.460,00</b>	<b>15.105.789,00</b>	<b>96,86</b>
I. Cheltuieli de exploatare, din care:	15.251.310,00	14.351.729,00	94,10
1. Cheltuieli materiale, din care	5.712.160,00	5.253.872,00	91,98
a) cheltuieli cu materiale consumabile	753.800,00	823.005,00	109,18
b) cheltuieli cu obiectele de inventar	90.000,00	178.953,00	198,84
c) cheltuieli cu costul marfii	1.570.000,00	1.377.734,00	87,75
d) cheltuieli cu utilitatile	545.800,00	411.477,00	75,39
e) cheltuieli cu alte servicii executate de terti	1.122.560,00	1.089.412,00	97,05
f) cheltuieli cu materia prima	1.630.000,00	1.373.291,00	84,25
2. Cheltuieli cu personalul	6.946.150,00	6.522.977,00	93,91
3. Cheltuieli cu amortizarile	1.968.000,00	2.028.627,00	103,08
4. Cheltuieli de protocol	20.000,00	16.145,00	80,73
5. Cheltuieli de reclama si publicitate	100.000,00	100.859,00	100,86
6. Cheltuieli cu impozite, taxe, etc	420.000,00	429.140,00	102,18
7. Alte cheltuieli de exploatare	85.000,00	109,00	0,13
II. Cheltuieli financiare	2.000,00	2.950,00	147,50
<b>Total cheltuieli</b>	<b>15.253.310,00</b>	<b>14.354.679,00</b>	<b>94,11</b>
<b>Rezultatul brut</b>	<b>342.150,00</b>	<b>751.110,00</b>	<b>219,53</b>

Veniturile preliminate a se realiza la finele anului 2025 reprezintă 96,86% din veniturile totale prevăzute, venituri înregistrate pe fondul provocărilor întâmpinate în sectorul HORECA, marcat de deficitul de personal, creșterea cheltuielilor operaționale și schimbarea comportamentului consumatorilor confrunțați, la rândul lor, cu schimbările legislative și fiscale care afectează structura bugetelor companiilor și persoanelor fizice.

Cheltuielile înregistrate la nivelul anului 2025 sunt aferente veniturilor realizate. În contextul eforturilor depuse pentru controlul cheltuielilor, acestea reprezintă 94,11% 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 2025 este profit în valoare de 751,11 mii lei, cu 119,53% mai mare decât prevederile bugetare.

Raportat la aceeași perioadă din anul precedent, în tabelul de mai jos sunt trecute realizările societății în anul 2025, iar acestea reflectă progresul făcut în eforturile societății pentru creșterea profitabilității și îmbunătățirea serviciilor oferite pe piața ospitalității.

<b>Indicatori economici</b>	<b>2024 -lei-</b>	<b>2025 -lei-</b>	<b>Procent (%) 2025 / 2024</b>
Venituri totale	13.035.789	15.105.789	115,88
Cifra de afaceri	11.275.484	12.907.879	114,48
Cheltuieli totale	12.720.910	14.354.679	112,84
<b>Profit brut</b>	314.879	751.110	238,54

### **3. Proiecte de investiții derulate în anul 2025.**

În urma investițiilor realizate în perioada 2019-2023 s-au modernizat în totalitate spațiile interioare ale complexului, iar în anii 2024 - 2025 Univers T S.A. a continuat procesul de renovare pentru spațiile exterioare, fațadă și căile de acces. În cursul anului 2025 s-a finalizat obiectivul “Lucrări de refacere/modernizare pentru Terasa Restaurant și spațiile de acces exterior”, precum platourile, scările de acces către și dinspre lac. Valoarea investițiilor realizate în anul 2025 se ridică la 450,99 mii lei și cuprinde lucrări de construcții, hidroizolații, săpături și sistem dren, subzidiri, consolidare și placare scări și alte lucrări conexe.

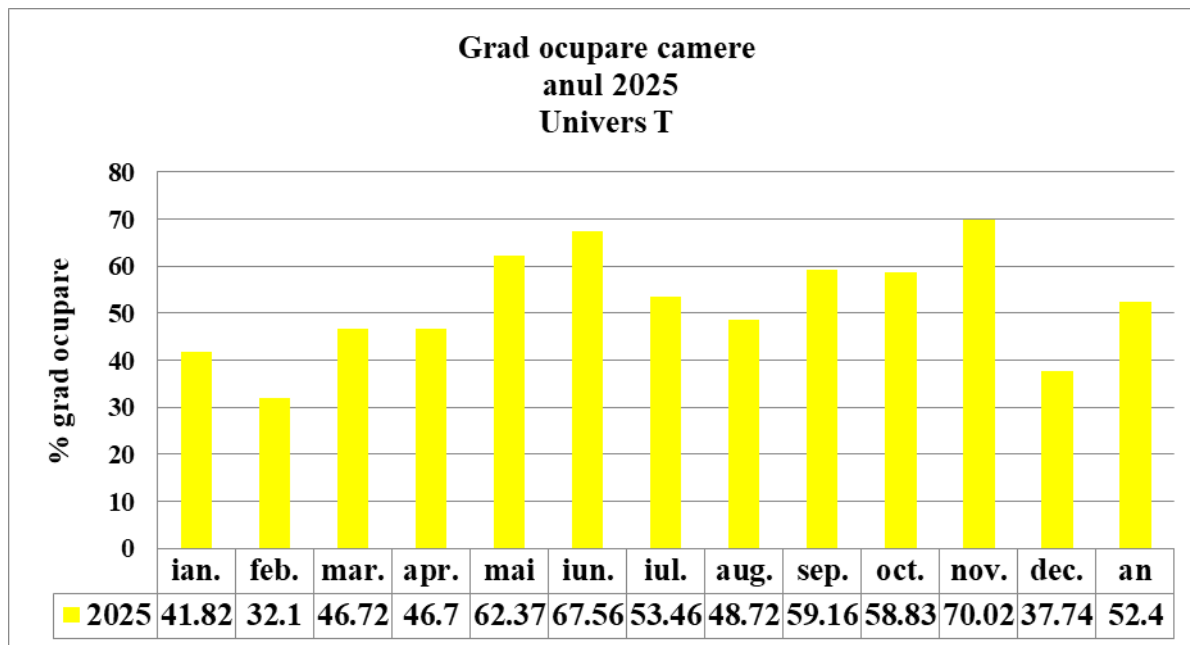
Tot pe segmentul investițiilor, cu accent pe măsurile de sustenabilitate și având ca efect reducerea costurilor operaționale și îmbunătățirea imaginii de brand responsabil, Univers T S.A. a finalizat lucrările la obiectivul “Instalare sistem fotovoltaic” compus din 160 bucăți de panouri fotovoltaice Vertex, în valoare de 359.066,65 lei plus TVA și având în total o putere instalată de 80,8 KW.

Proiectele de investiții descrise s-au realizat din fonduri proprii.

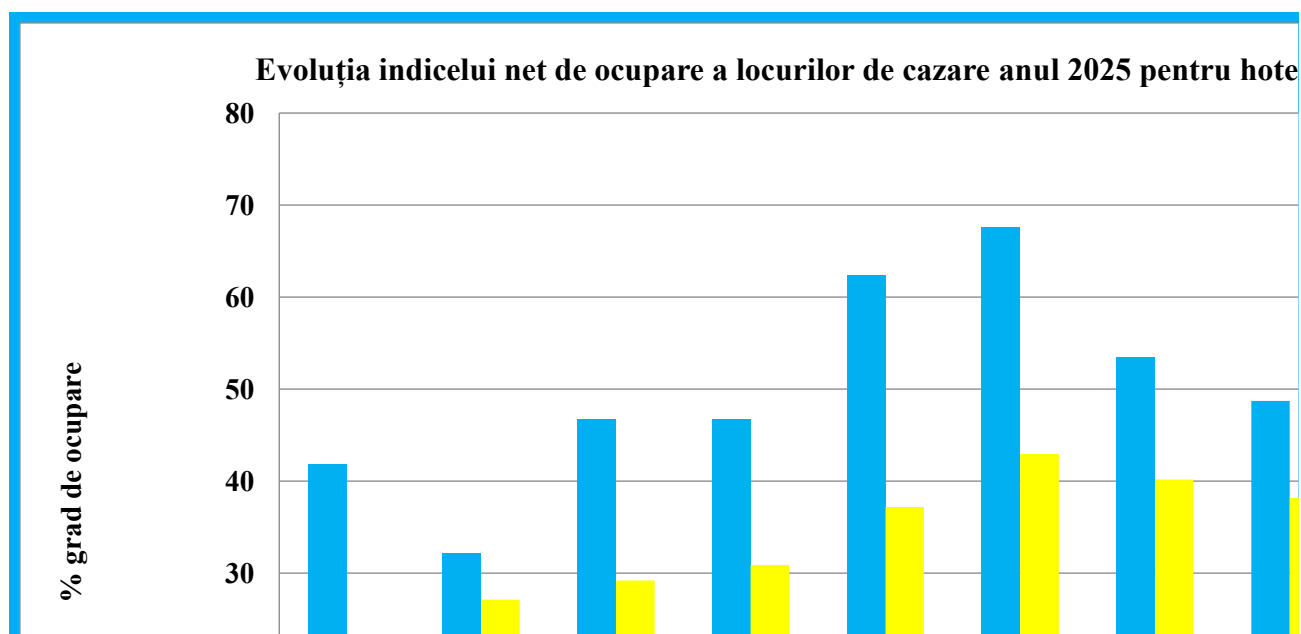
### **4. Informații referitoare la activitatea hotelieră și de alimentație publică.**

#### ***Gradul de ocupare al camerelor la Univers (T)***

În anul 2025, hotelul Univers (T) a vândut un număr de 10.585 camere, cu un total de înnopțări de 15.467. Gradul de ocupare a camerelor pentru anul 2025 a fost de 52.40 % , iar durata medie a șederii în anul 2025 a fost 2.23 zile.

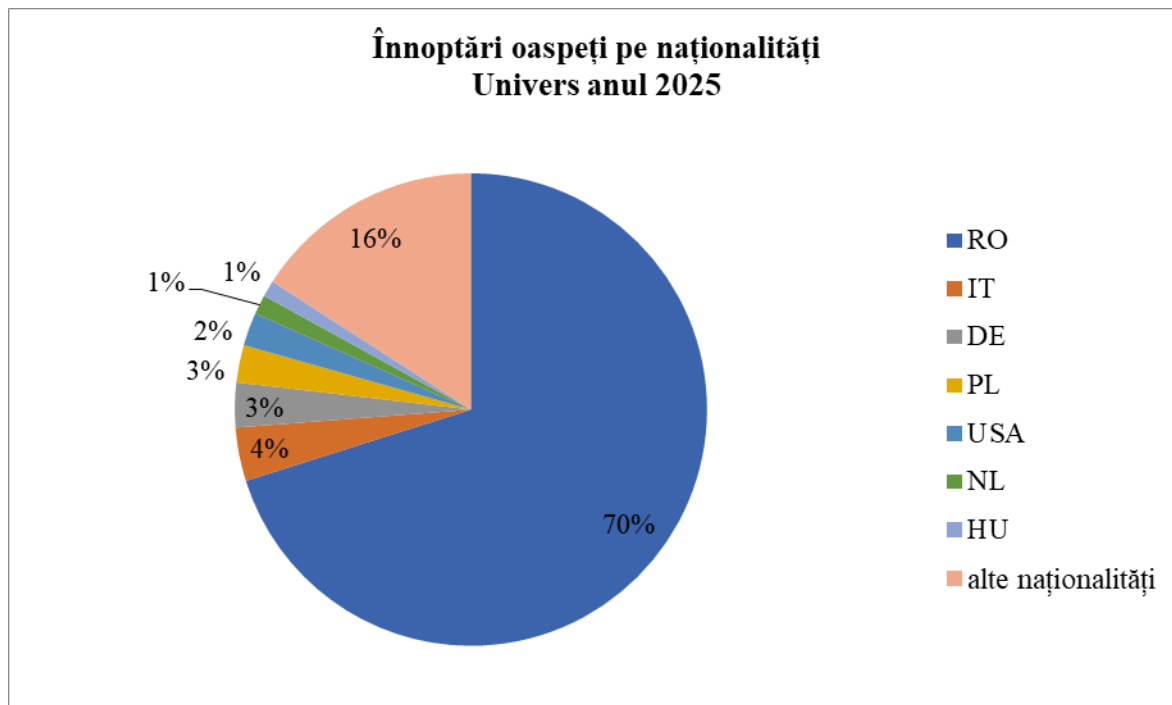


Spre comparație, în graficul de mai jos este prezentată evoluția Indicelui net de ocupare a locurilor de cazare, categoria hoteluri, raportat pentru Municipiul Cluj-Napoca de către Direcția Județeană de Statistică Cluj și cel al hotelului Univers (T):

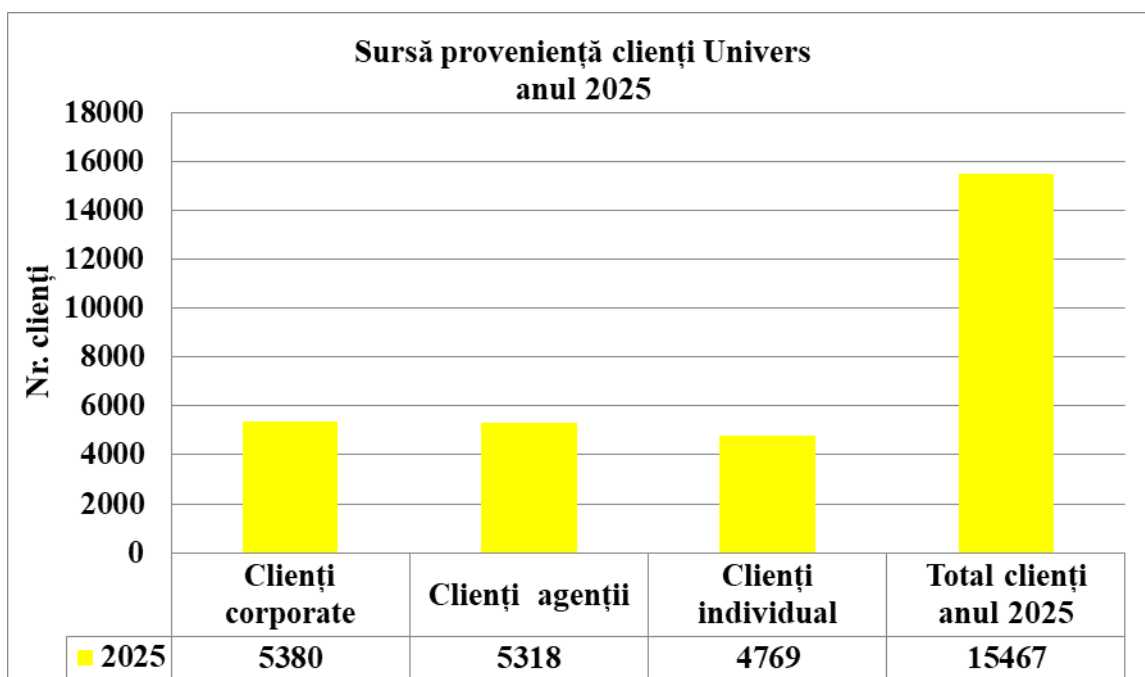


*Obs: Datele pentru luna decembrie 2025 nu au fost încă publicate.*

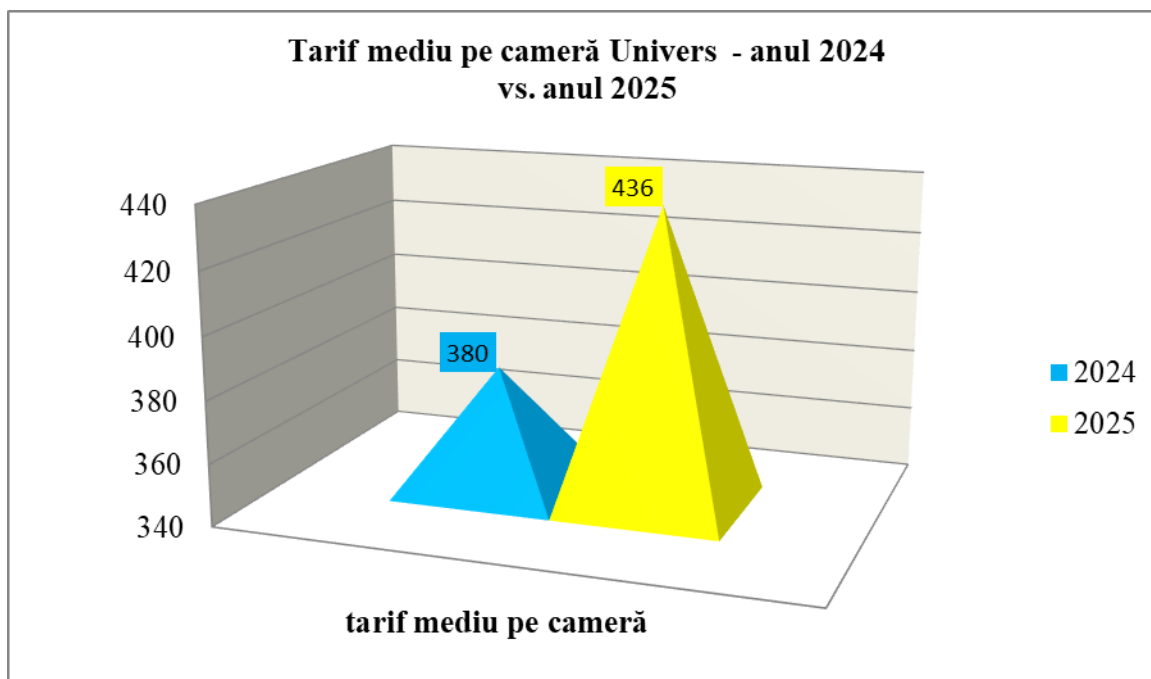
În ceea ce privește clasificarea pe naționalități, din totalul înnoptărilor, au fost 4.622 înnoptări ale cetățeni străini și 10.845 înnoptări ale cetățenilor români, așa cum se observă din graficul de mai jos:



La nivelul unității de cazare a complexului Univers (T), clienții care au ocupat camerele hotelului pe parcursul anului 2025, fac parte din următoarele segmente de piață:



În anul 2025 tariful mediu realizat pe cameră este prezentat în graficul de mai jos, fiind în creștere față de anul 2024.



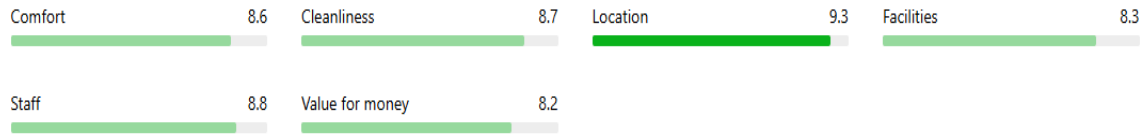
Sistemul de gestiune a rezervărilor online și offline Pynbooking, ne-a adus în anul 2025 rezervări directe, creșterea veniturilor și stabilitate pe tot parcursul anului. Automatizarea ne-a asigurat corelarea și sincronizarea datelor cu care operăm (optimizarea tarifelor dinamice, disponibilitatea și rezervările camerelor), 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.

Implementarea 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. Gradul de ocupare cumulată generat din rezervările derulate prin site-ul propriu (4.56%), Booking (5.87%) și celelalte agenții online cu care colaborăm reprezintă 16% din gradul total de ocupare.

Motorul de rezervări **Booking** prin care se derulează în momentul de față cel mai mare volum de rezervări online ( 5.87 %), a înregistrat în anul 2025 următoarele rezultate pentru hotelul nostru, conform datelor prezentate mai jos:

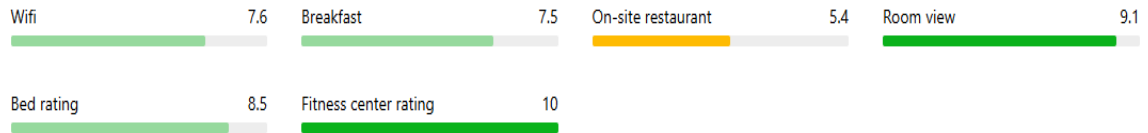
**Basic categories**

These categories represent aspects common to every guest experience. They're rated by your guests and are independent of your review score.



**Additional categories**

These are asked as bonus questions to provide insights into specific aspects. They're rated by your guests and are independent of your review score.



## Performance Overview

**Based on bookings in the past 365**

Room nights (Last year)

**1,272**

-17.19% (1,536)

Revenue (RON) (Last year)

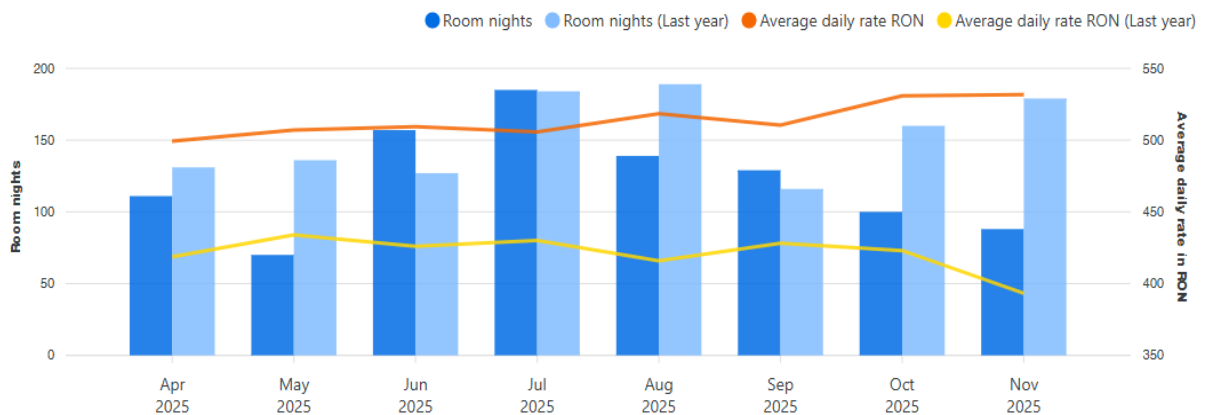
**639,387.20 lei**

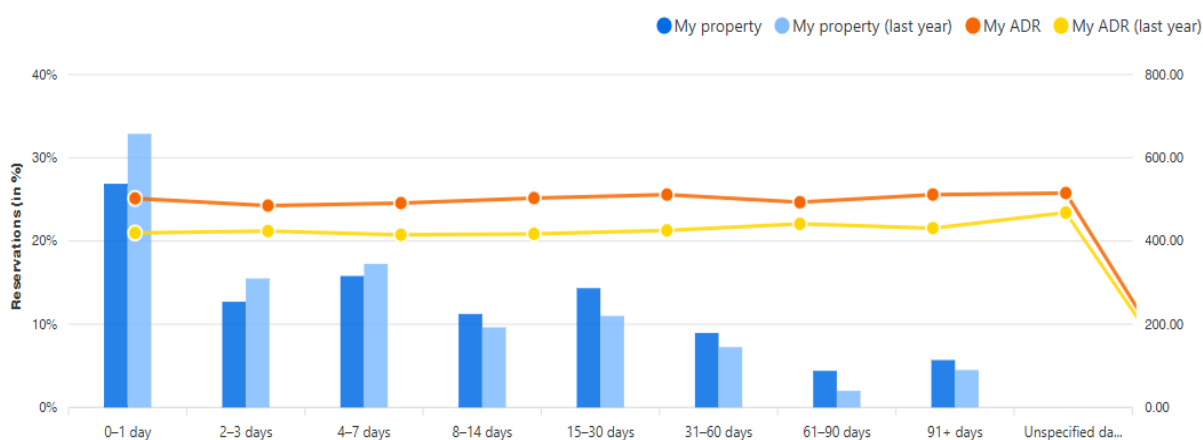
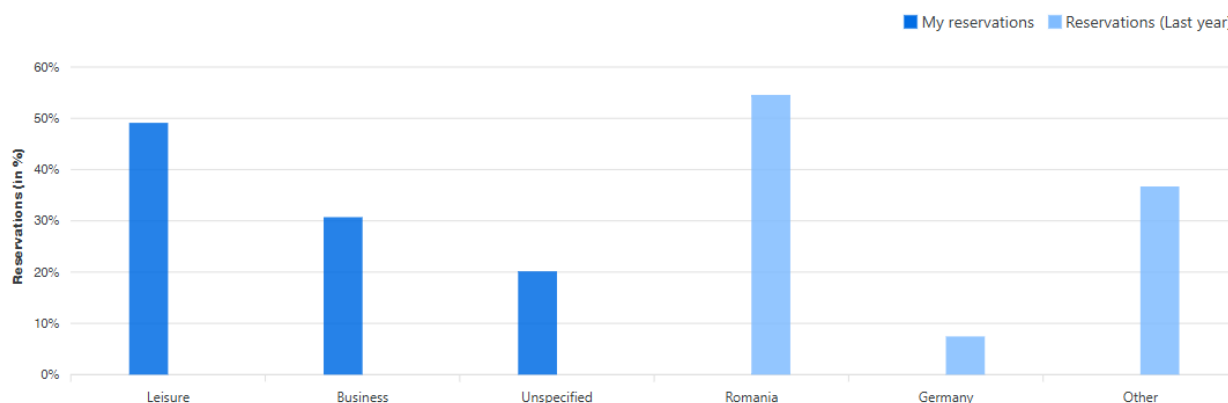
-1.09% (646,453.44 lei)

Average daily rate RON (Last year)

**502.66 lei**

19.43% (420.87 lei)





**Demand for accommodations in Cluj-Napoca dropped by 3% over the last 2 weeks compared to the previous 2 weeks**

**Search window**

Most searches were performed **0-1 day** before the expected check-in date

**Length of stay**

Most searches were looking for a stay of **3-7 nights**

**Device**

Most searches were performed on **mobile**

**Top 5 countries**

Most searches were from **Romania**

**Traveler type**

Most searches were performed by **couple**

**Cancellation policy**

Most guests staying in Cluj-Napoca made **non-refundable** bookings

În perioada 1 ianuarie – 31 decembrie 2025 unitatea de alimentație publică a găzduit 290 evenimente, cu un număr total de 17.949 participanți (nunți, botezuri, banchete, întâlniri aniversare, comemorări, petreceri, inclusiv prânzuri și cine organizate pentru clienții din sălile conferințe). Centrul de conferințe a găzduit 615 evenimente cu un număr total de 42.750 participanți, din care 121 evenimente organizate în amfiteatru cu un număr total de 27.945 participanți. 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 2025 ne-am focusat pe următoarele obiective de marketing:

- Creșterea notorietății și reputației complexului hotelier sub noua denumire
- Informarea continuă a publicului țintă asupra calității și serviciilor oferite de complexul hotelier Univers (T);
- Creșterea vizibilității site-ului [www.universt.ro](http://www.universt.ro) și diversificarea canalelor de comunicare.

Fiind un hotel recent reclasificat la 4 stele, strategia de dezvoltare a vizat, în special, obținerea unor rezultate superioare celor precedente (atât calitative, cât și cantitative), prin întărirea capacității competitive a hotelului. Această strategie impune promovarea unor schimbări calitative importante în domeniile de activitate ale hotelului. Printre acestea amintim îmbunătățirea valorii serviciilor, personal bine pregătit, perfecționat și specializat, care să poată duce hotelul spre o dezvoltare competitivă. Adoptarea de strategii de dezvoltare a serviciilor prin promovarea și sporirea calității serviciilor, trebuie să fie o constantă în activitatea noastră.

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. Evenimentele desfășurate în amfiteatru și în sălile de conferințe au fost cu teme variate: conferințe medicale, concerte, adunări religioase, lansări de carte, serbări și spectacole de dans, prezentări produse, sedințe pe diferite teme: parenting, turism, mediu, deschidere de an școlar, petreceri sezoniere, concerte de colinde, etc.

Contractele de publicitate cu mass-media locală ne aduc o bună vizibilitate, prin urmare colaborarea cu mass media locală a continuat și în acest an, această colaborare aducându-ne un plus de promovare prin expunere bannere on-line sau advertoriale privind noile produse și servicii ale complexului hotelier. În luna octombrie am colaborat cu Antena 3 – CNN, cu care am încheiat un contract de publicitate constând în publicare advertorial pe [www.antena3.ro](http://www.antena3.ro), [jurnalul.ro](http://jurnalul.ro) și [incomemagazine.ro](http://incomemagazine.ro), machetă full page publicată în revista tipărită Income Magazine, și un material audio-vizual 2,3 minute.

Site-ul propriu îl actualizăm permanent din punct de vedere al aspectului și conținutului, iar implementarea cu succes pe site-ul [www.universt.ro](http://www.universt.ro) a programului de rezervări online continuă să aducă rezultate foarte bune.

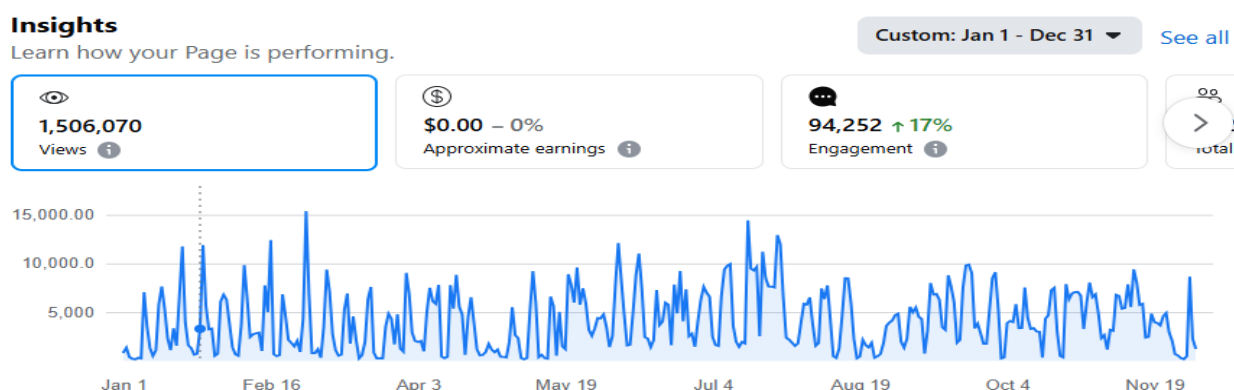
Pe partea de alimentație publică am continuat ofertarea meniurilor speciale către firme, asociații, agenții turism și agenții organizatoare de evenimente complexe, școli și universități, organizatori de evenimente private, etc. Am continuat cu evenimentele specifice dar și sezoniere: petreceri corporate, botezuri, mese festive, întâlniri aniversare, cocktailuri, majorate, banchete, petreceri de sfârșit de an și revelion. În luna mai au fost deschise terasele Park Lake și noua terasă reamenajată a restaurantului Luna, iar pe parcursul sezonului estival am avut produse și promoții specifice lunilor de vară. În luna decembrie am organizat petreceri tematice cu ocazia sărbătorilor și în nopatea dintre ani a fost organizată petrecerea de revelion.

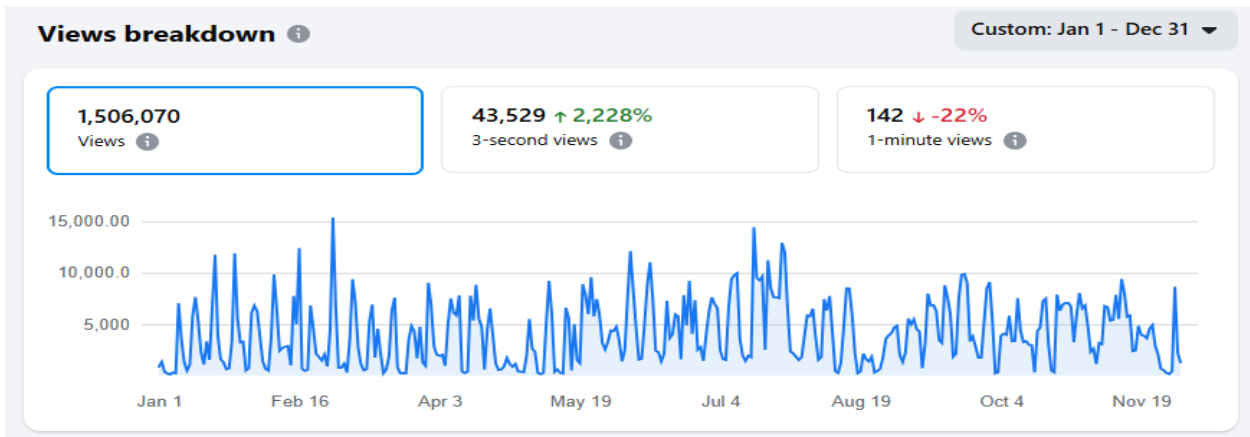
Pe partea de conferințe și cazare am continuat, în baza noilor politici tarifare, colaborarea cu agenții precum Weco, Christian Tour, Eximtur, Happy Tour, GoGlobal, Accent Travel and Events, Sky Travel Management, Luxuria Travel, Vilextur, Paradis Vacanțe, Proevents etc. De asemenea, am semnat contracte noi cu companii printre care amintim: RoxMobil, Network Twentyone, Global Aliantz Consulting, Copeland, Eurocont, Husqvarna, Constelații Familiale, Global Aliantz, Clubul Sportiv Mixed Martial Arts, AN Apele Române, Eduson Education, Asociația profesorilor de limba engleza din Cluj, Bebe Tei, Lidl, Asociația Națională de îngrijire Paliativă, Touch Communication, Garmin, AX Perpetum, Opticris și am continuat colaborarea cu companii precum Dare Instal, Relats East Europe, Imomax, Power Belt, Perpetuum Impex, Teilor, Dance House, cât și cu Asociația Arca Cluj, Avangarde Business, etc.

### *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 cât și promoțiile și last minut-urile pe care le-am practicat în restaurant și hotel. Activitatea și rezultatele noastre de pe pagina de Facebook și Instagram sunt prezentate mai jos:

### ***Raport Facebook și Instagram anul 2025 Univers (T)***



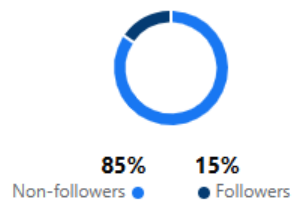


### Views by content type

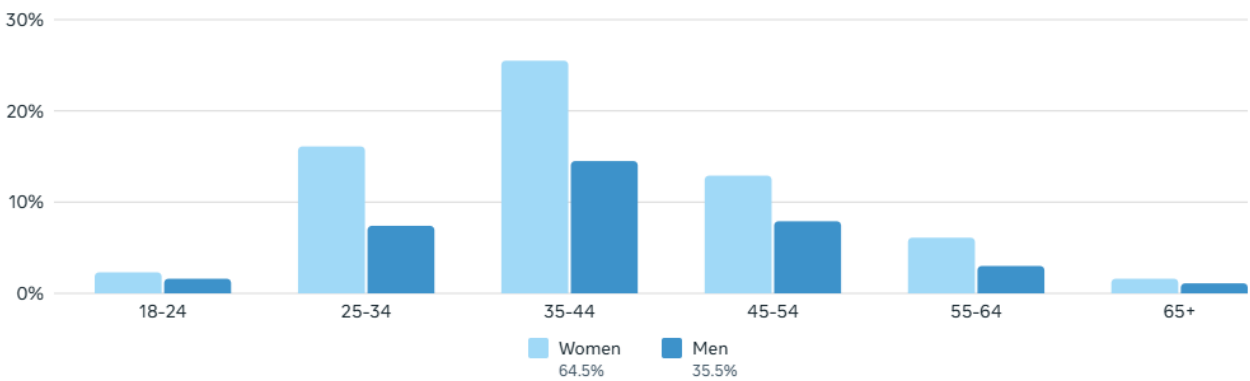
● Followers ● Non-followers



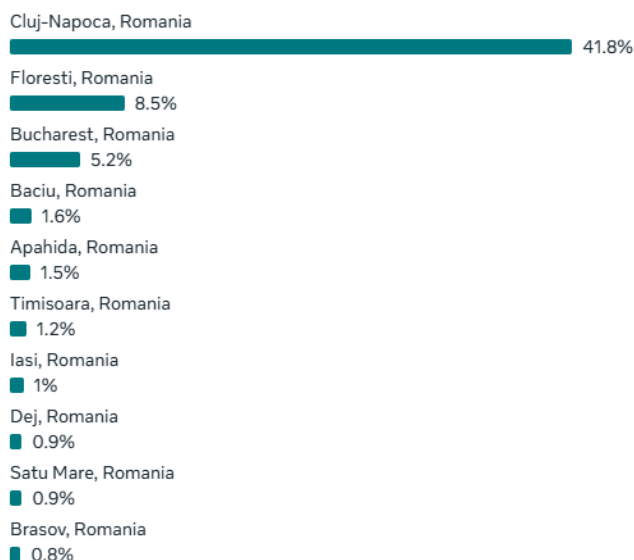
### Views by followers vs non-followers



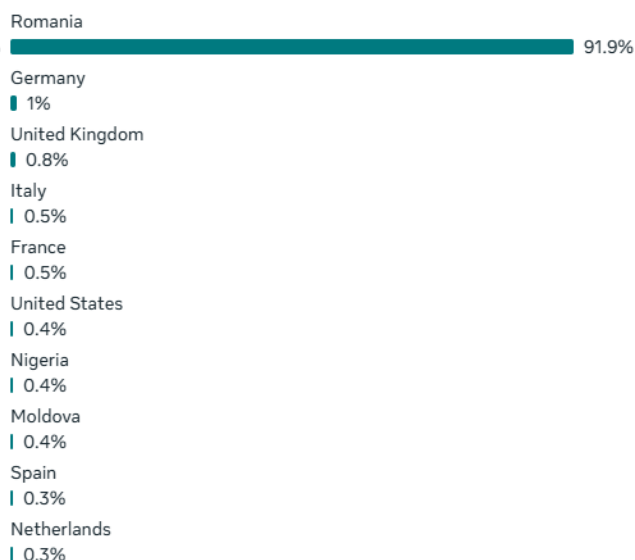
### Age & gender ⓘ



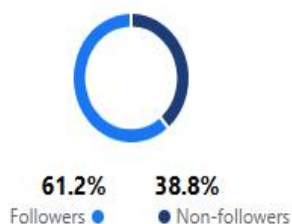
#### Top cities



#### Top countries



#### By followers vs non-followers ⓘ



#### Top content

based on interactions

[See](#)



### 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.

În luna februarie am găzduit evenimentul organizat de Grădinița Specială Cluj-Napoca, eveniment care marchează 40 de ani de activitate în beneficiul copiilor cu cerințe educative speciale. Grădinița Specială a fost înființată în anul 1984, ca unitate de învățământ special preșcolar, cu program săptămânal. Prin activitatea sa, Grădinița oferă șanse egale la educație specializată, de calitate, copiilor preșcolari cu dizabilități intelectuale, tulburări din spectrul autist, sindrom Down, sindrom hiperkinetic, întârziere în dezvoltarea limbajului receptiv și expresiv, tulburări emoționale și de conduită.

În luna iunie am colaborat cu tenorul Stoica Alin și soprana Stephanie Radu pentru concertul L'infinito in un Sogno, susținut la Castelul Rakoczi Banffy din localitatea Gilău. Am fost promovați ca și parteneri pe afișele tipizate și online ale organizatorului cât și pe canalele media și de socializare ale celor doi artiști.

În luna iulie am acordat tarif preferențial Asociației Centrul Cultural "CEZARA" Cluj-Napoca la închirierea amfiteatrului Terra, pentru evenimentul Galei de Premiere a participanților la Festivalul Național de Teatru pentru Elevi "CEZARA" - Editia a II-a, organizat în perioada 4-5 iulie 2025, la Cluj-Napoca. Asociația Centrul Cultural "CEZARA" este o organizație non profit, care organizează activități non profit precum cursuri de teatru, activități sportive, arte plastice, educație în vederea ridicării nivelului intelectual, emoțional și fizic al acestora.

În luna septembrie am oferit sprijin prin tarife preferențiale pentru cazarea invitaților orchestrei Filarmonicii de Stat „Transilvania” din Cluj-Napoca, cu ocazia celebrării a 70 de ani de activitate neîntreruptă, marcând șapte decenii de excelență în peisajul cultural românesc și internațional. Evenimentul a avut loc la Colegiul Academic, unde, ca parte a ciclului de evenimente al Filarmonicii Transilvania, au fost prezentate lucrări de Enescu, Bartók și Rachmaninoff.

Tot în luna septembrie am oferit sprijin prin tarife preferențiale la amfiteatrul Terra pentru Ziua Internațională Alzheimer. Am avut onoarea de a găzdui la Hotel Univers Conferința Regională Alzheimer, un eveniment de mare însemnătate pentru comunitatea medicală, socială și pentru toți cei implicați în sprijinirea persoanelor afectate de această boală.

În luna octombrie i-am avut oaspeți pe copiii olimpici din Alexandria, copii care au fost răsplătiți de cei de la Antena 3 CNN cu o excursie de 7 zile prin România, inclusiv vizite la centre universitare precum Cluj-Napoca. Parteneriatul nostru cu Antena 3 – CNN a constat în oferirea de tarife preferențiale pentru cazarea acestora, timp de 2 nopți.

În luna decembrie am găzduit și susținut evenimentul organizat de Direcția Generală 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. Evenimentul a fost organizat de Consiliul Județean Cluj, prin Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului (D.G.A.S.P.C.) Cluj, în parteneriat cu Primăria și Consiliul Local Cluj-Napoca, prin Direcția de Asistență Socială și Medicală Cluj-Napoca.

Ne bucurăm că am putut contribui la crearea unui cadru propice dialogului, schimbului de experiență și generării de soluții care să sprijine persoanele diagnosticate și familiile acestora.

Tot în luna decembrie am susținut și Asociația Misionarii lui Padre Pio prin oferirea de tarif special pentru amfiteatrul Terra pentru un eveniment caritabil. Acestia au avut un stand cu vânzare de obiecte decorative și de sezon, realizate de copii și voluntari, mărturii și povești de viață, toate având ca scop susținerea Casei Sollievo, pentru a putea rămâne deschisă și în anul următor.

La final de an, am oferit sprijin Asociației pentru Solidaritate și Empatie Delia Grădinaru în organizarea taberei de iarnă și a revelionului, această tabără fiind pentru noi deja o tradiție de aproape 15 ani. Membrii asociației au petrecut clipe de neuitat în cadrul complexului nostru timp de o săptămână, fiind susținuți de noi cu tarife speciale și mult entuziasm din partea angajaților Univers (T).

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.

Director General

Mariana Carmen Leș