

**Anexă la Hotărârea
Consiliului de Administrație nr. 2/29.01.2026**

**Raport privind activitatea Consiliului de Administrație
al UNIVERS T S.A. pentru semestrul II al anului 2025**

1. Prezentarea complexului hotelier

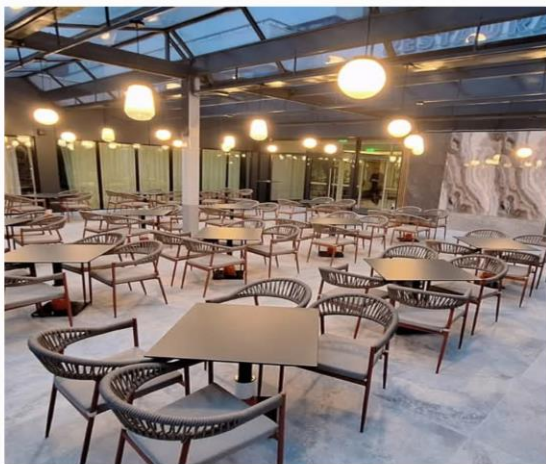
Complexul hotelier Univers (T) aflat în subordinea Consiliului Județean Cluj este prezent pe piața hotelieră locală încă din 1985 și este alegerea perfectă atât pentru sejururi relaxante cât și pentru evenimente de business sau pentru petreceri personale de neuitat.

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 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 100 de 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 semestrul II al anului 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. Activitatea desfășurată în semestrul II al anului 2025 a avut ca preocupare principală gestionarea costurilor operaționale ridicate într-un context de volatilitate energetică, dublată de necesitatea adaptării rapide la scăderea puterii de cumpărare a consumatorilor. Principala provocare rămâne echilibrarea profitabilității și retenția forței de muncă calificate. Situația sintetică a rezultatelor, pe sectoare de activitate, pentru semestrul II al anului 2025, cumulat, se prezintă astfel:

-lei-

Indicator economic	Prevederi la Sem. II 2025	Realizări la Sem. II 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 si UBC	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
Total venituri	15.595.460,00	15.105.789,00	96,86
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
Total cheltuieli	15.253.310,00	14.354.679,00	94,11
Rezultatul brut	342.150,00	751.110,00	219,53

Veniturile realizate la finele semestrului II al anului 2025, cumulat, 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 semestrului II al anului 2025, cumulat, 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 la finalul semestrului II al anului 2025, iar acestea reflectă progresul făcut în eforturile societății pentru creșterea profitabilității și îmbunătățirea serviciilor oferite pe piața ospitalității.

Indicatori economici	Sem. II 2024 -lei-	Sem. II 2025 -lei-	Procent (%) Sem. II 2025 / Sem. II 2024
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
Profit brut	314.879	751.110	238,54

3. Proiecte de investiții derulate în semestrul II al anului 2025.

Pe segmentul investițiilor, Univers T S.A. a finalizat 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.

De asemenea, Univers T S.A. a continuat modernizarea spațiilor interioare tehnice și de deservire prin demararea lucrărilor la obiectivul “Lucrări modernizarea căi de acces verticale la Hotel Univers”. Valoarea investiției se ridică la suma de 80.780,50 lei și s-a acoperit din fonduri proprii.

4. Informații privind îndeplinirea mandatului de administrator.

În perioada de raportare din Consiliul de Administrația au făcut parte în calitate de administratori neexecutivi ai Univers T S.A următoarele persoane: Ambarus Azzola Katalin, Bodale Horațiu Mihai, Feșnic Claudia, Iancu Dănuț, Nagy Ildiko, Szegedi Andrei și Țopan Sergiu Tudor.

În decursul semestrului II al anului 2025, au avut loc 8 ședințe ale Consiliului de Administrație, iar în cadrul acestor ședințe s-au aprobat 20 de hotărâri de către Consiliul de Administrație.

În perioada de raportare, membrii Consiliului de Administrație au desfășurat activități specifice, în conformitate cu atribuțiile stabilite prin contractele de mandat, precum:

- participarea la ședințe lunare, promovarea și adoptarea de proiecte de hotărâri ale Consiliului de Administrație;
- monitorizarea activității societății și sprijin în derularea acesteia;
- urmărirea încadrării în Bugetul de Venituri și Cheltuieli și în Planul de investiții aprobate pentru anul în curs;
- urmărirea realizării indicatorilor cheie de performanță stabiliți pentru administratori și directori;
- urmărirea execuției contractelor de mandat ale directorilor societății și aprobarea Rapoartele trimestriale de activitate ale acestora;
- asigurarea afișării pe pagina de internet a societății a documentelor și informațiilor a căror publicitate este prevăzută de O.U.G. nr. 109/2011.
- susținerea de activități pentru implementarea și dezvoltarea continuă a Sistemului de Control Intern Managerial, cu respectarea reglementărilor Ordinului SGG nr. 600/2018.

Modul de îndeplinire a indicatorilor de performanță negociați pentru administratorii societății conform Hotărârii Consiliului Județean Cluj nr. 51/31.03.2025 și gradul de îndeplinire a acestora la 30.06.2025 este prezentat în Anexa la prezentul Raport.

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

Conform datelor Institutului Național de Statistică, sosirile și înnoptările la nivel național, în perioada 1.07.2025 – 31.12.2025 sunt prezentate mai jos:

În luna iulie 2025, comparativ cu luna iulie 2024, sosirile în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 3,7% și înnoptările au scăzut cu 4,7%. Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna iulie 2025 au însumat 1811,1 mii persoane, în scădere cu 3,7% față de cele din luna iulie 2024. Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna iulie 2025 au însumat 4442,7 mii, în scădere cu 4,7% față de cele din luna iulie 2024. Durata medie a șederii în luna iulie 2025 a fost 2,5 zile la turiștii români și de 2,0 zile la turiștii străini.

În luna august 2025, comparativ cu luna august 2024, sosirile și înnoptările în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 4,6% și respectiv cu 4,8%. Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv

apartamente și camere de închiriat), în luna august 2025 au însumat 2073,3 mii persoane, în scădere cu 4,6% față de cele din luna august 2024. Înoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna august 2025 au însumat 5090,9 mii, în scădere cu 4,8% față de cele din luna august 2024. Durata medie a șederii în luna august 2025 a fost de 2,5 zile la turiștii români și de 1,9 zile la turiștii străini.

În luna septembrie 2025, comparativ cu luna septembrie 2024, sosirile și înoptările în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 4,0%, respectiv cu 2,4%. Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna septembrie 2025 au însumat 1261,5 mii persoane, în scădere cu 4,0% față de cele din luna septembrie 2024. Înoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna septembrie 2025 au însumat 2709,8 mii, în scădere cu 2,4% față de cele din luna septembrie 2024. Durata medie a șederii în luna septembrie 2025 a fost de 2,2 zile la turiștii români și de 2,0 zile la turiștii străini.

În luna octombrie 2025, comparativ cu luna octombrie 2024, sosirile și înoptările în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 2,9% și respectiv cu 2,6%. Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna octombrie 2025 au însumat 1121,4 mii persoane, în scădere cu 2,9% față de cele din luna octombrie 2024. Înoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna octombrie 2025 au însumat 2262,3 mii, în scădere cu 2,6% față de cele din luna octombrie 2024. Durata medie a șederii în luna octombrie 2025 a fost de 2,0 zile la turiștii români cât și la turiștii străini.

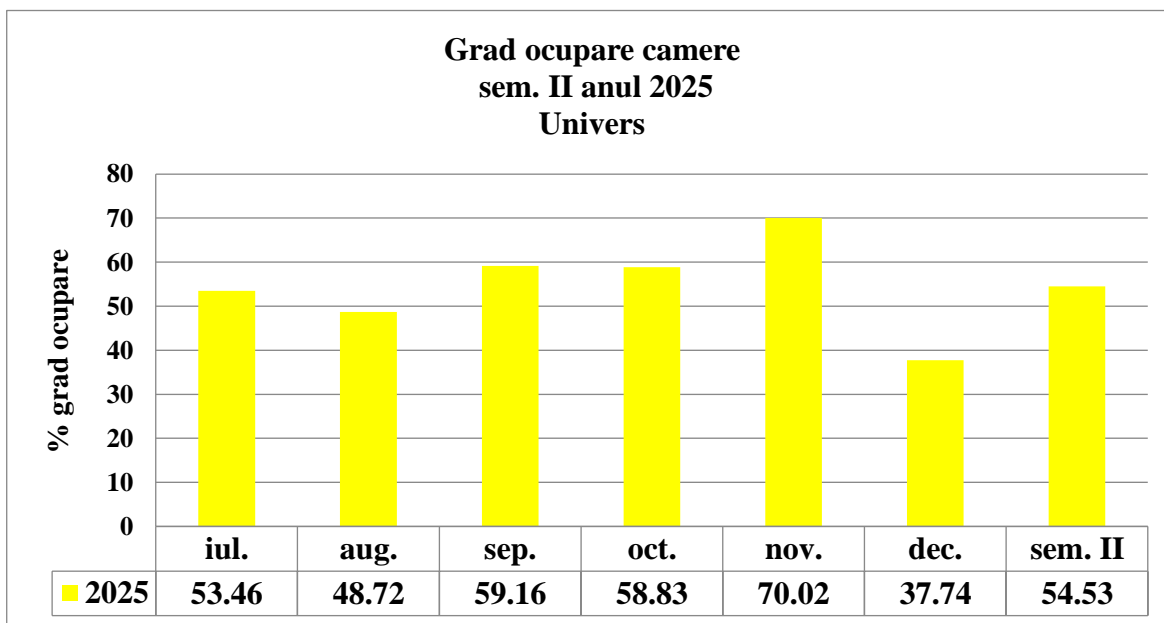
În luna noiembrie 2025, comparativ cu luna noiembrie 2024, sosirile și înoptările în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 5,6% și respectiv cu 5,5%. Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna noiembrie 2025 au însumat 936,8 mii persoane, în scădere cu 5,6% față de cele din luna noiembrie 2024. Înoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna noiembrie 2025 au însumat 1840,3 mii, în scădere cu 5,5% față de cele din luna noiembrie 2024. Durata medie a șederii în luna noiembrie 2025 a fost de 1,9 zile la turiștii români și de 2,1 zile la turiștii străini.”

Pentru luna decembrie, rezultatele nu sunt încă actualizate.

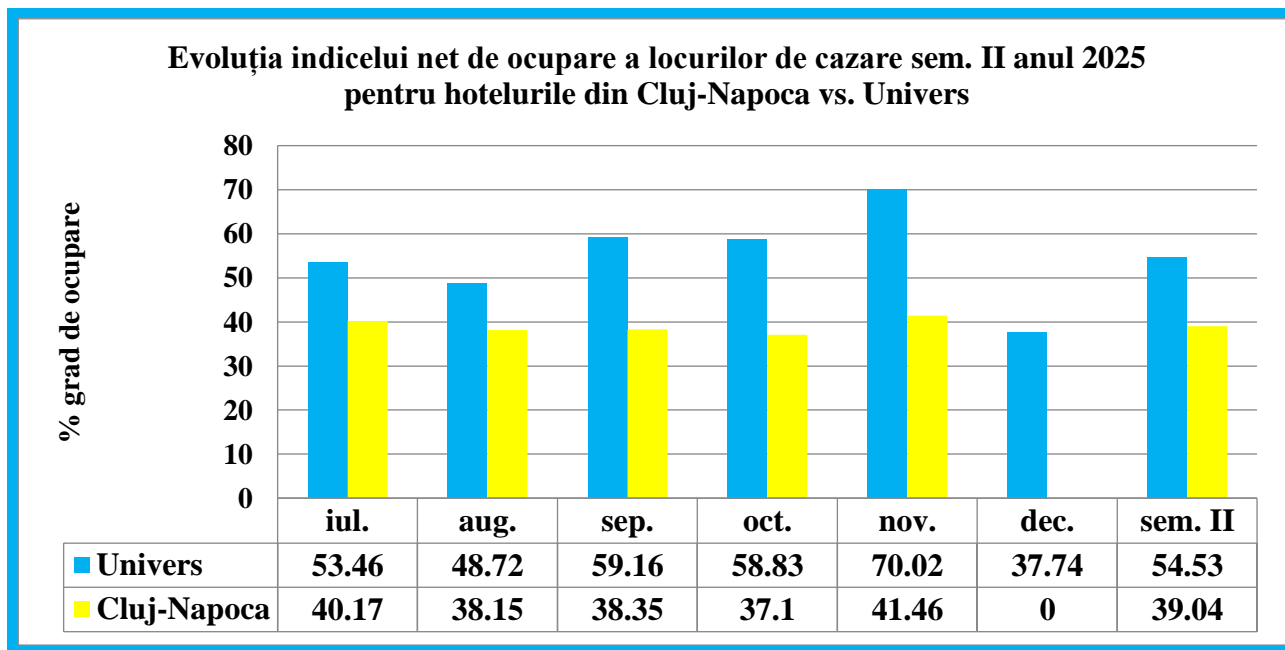
Gradul de ocupare al camerelor la Univers (T)

În semestrul II al anului 2025, hotelul Univers (T) a vândut un număr de 5.663 camere, cu un total de înoptări de 8.499. Gradul de ocupare a camerelor a fost de 54.53 %, iar durata medie a

șederii în această perioadă a fost de 2 zile.

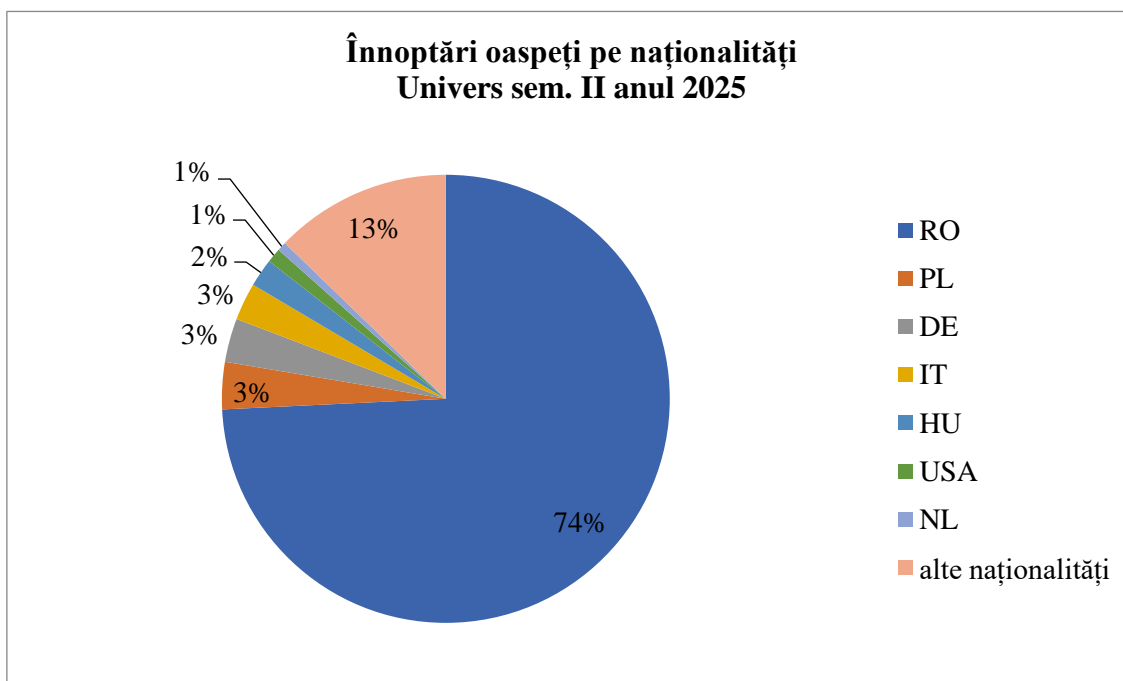


Spre comparație, în graficul de mai jos este prezentată evoluția Indicelui net de ocupare a locurilor de cazare, categoria hoteluri, raportat pentru Municipiul Cluj-Napoca de către Direcția Județeană de Statistică Cluj și cel al hotelului Univers (T):

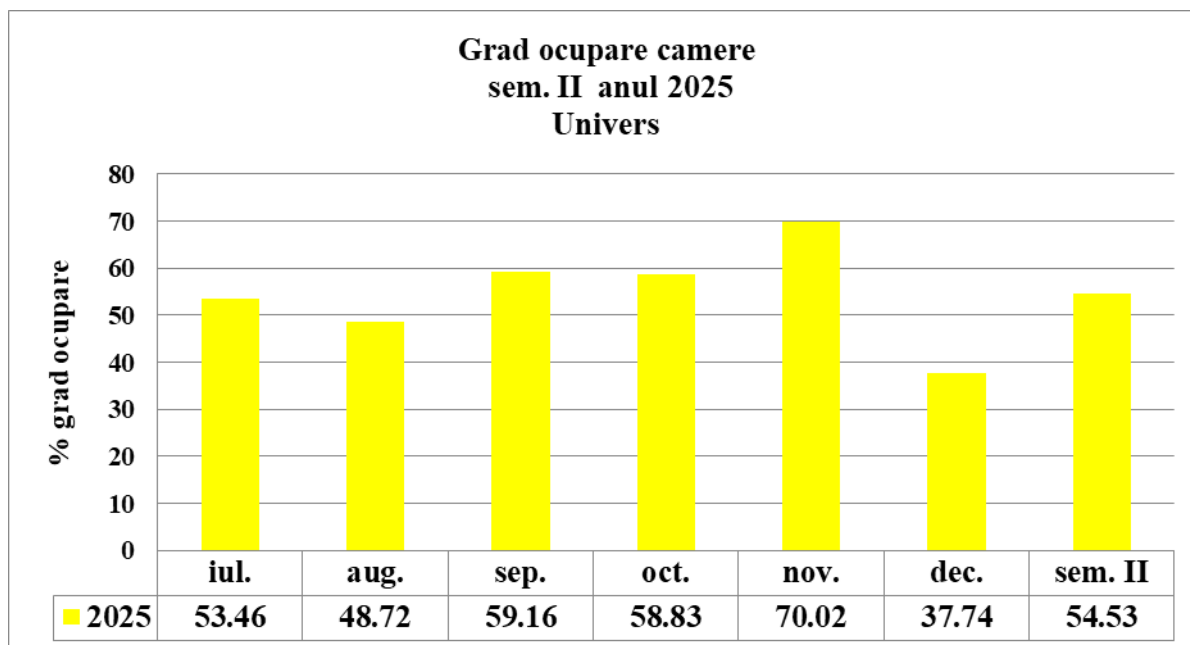


Obs: Datele pentru luna decembrie 2025 nu au fost încă publicate.

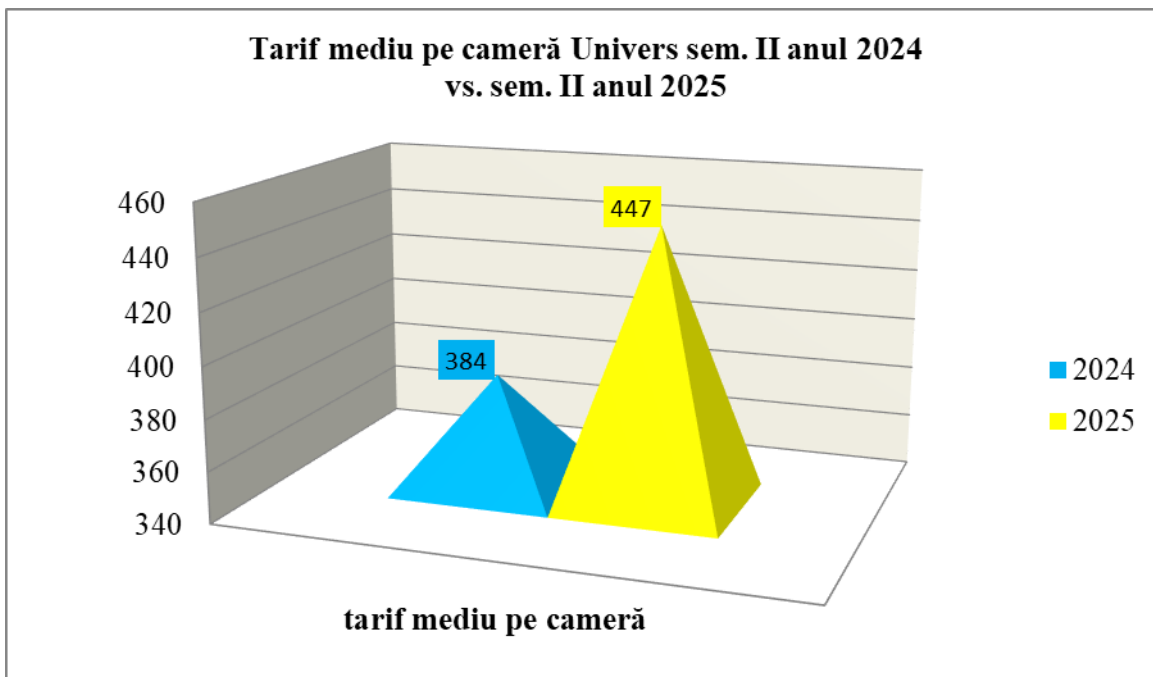
În ceea ce privește clasificarea pe naționalități, din totalul înoptărilor au fost 2.189 înoptări ale cetățenilor străini și 6.310 înoptări ale cetățenilor români, așa cum se observă din graficul de mai jos:



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



În semestrul II al 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 anul. 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.

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. 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. Gradul de ocupare cumulată pe semestrul II, generat din rezervările derulate prin site-ul propriu (4.89%), Booking (6.64%) și celelalte agenții online cu care colaborăm reprezintă 19% din gradul total de ocupare al camerelor.

Și în acest semestru ne-am concentrat pe atragerea a cât mai multor 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.

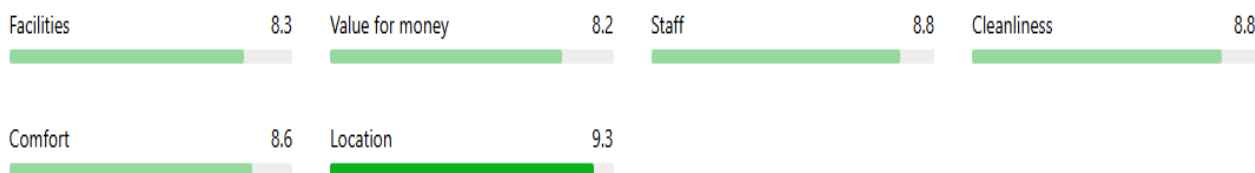
Motorul de rezervări **Booking**, prin care se derulează în momentul de față cel mai mare volum de rezervări online, a înregistrat în semestrul II al anului 2025 următoarele rezultate pentru hotelul nostru, conform datelor prezentate mai jos:

Report Booking semestrul II, anul 2025 -Univers (T)



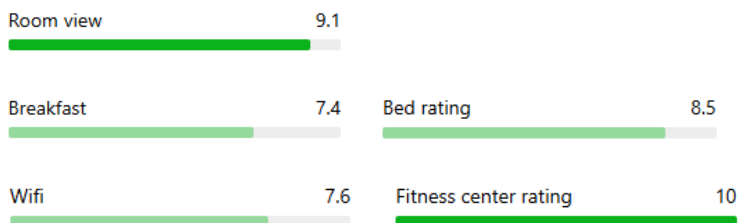
Basic categories

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

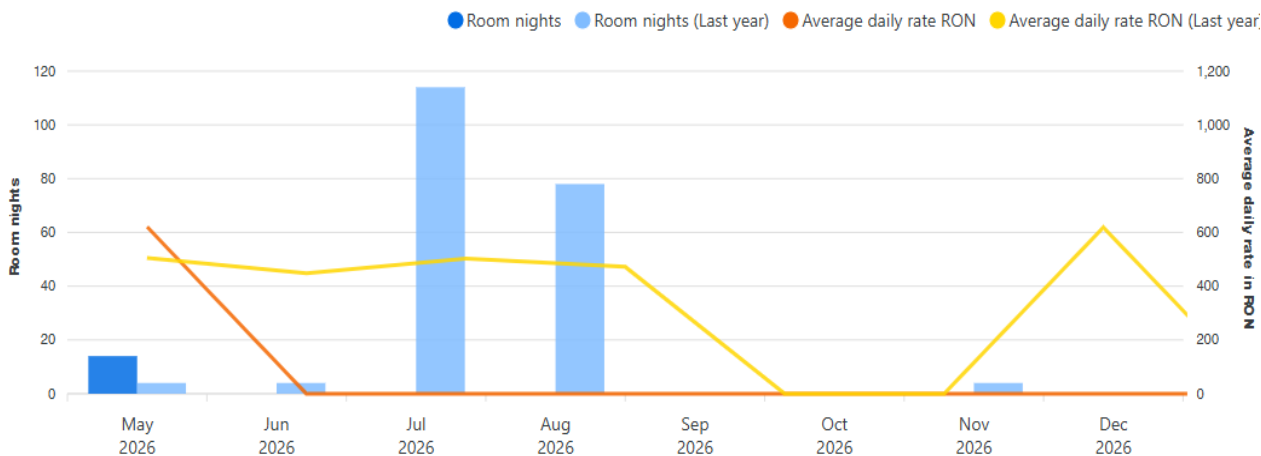


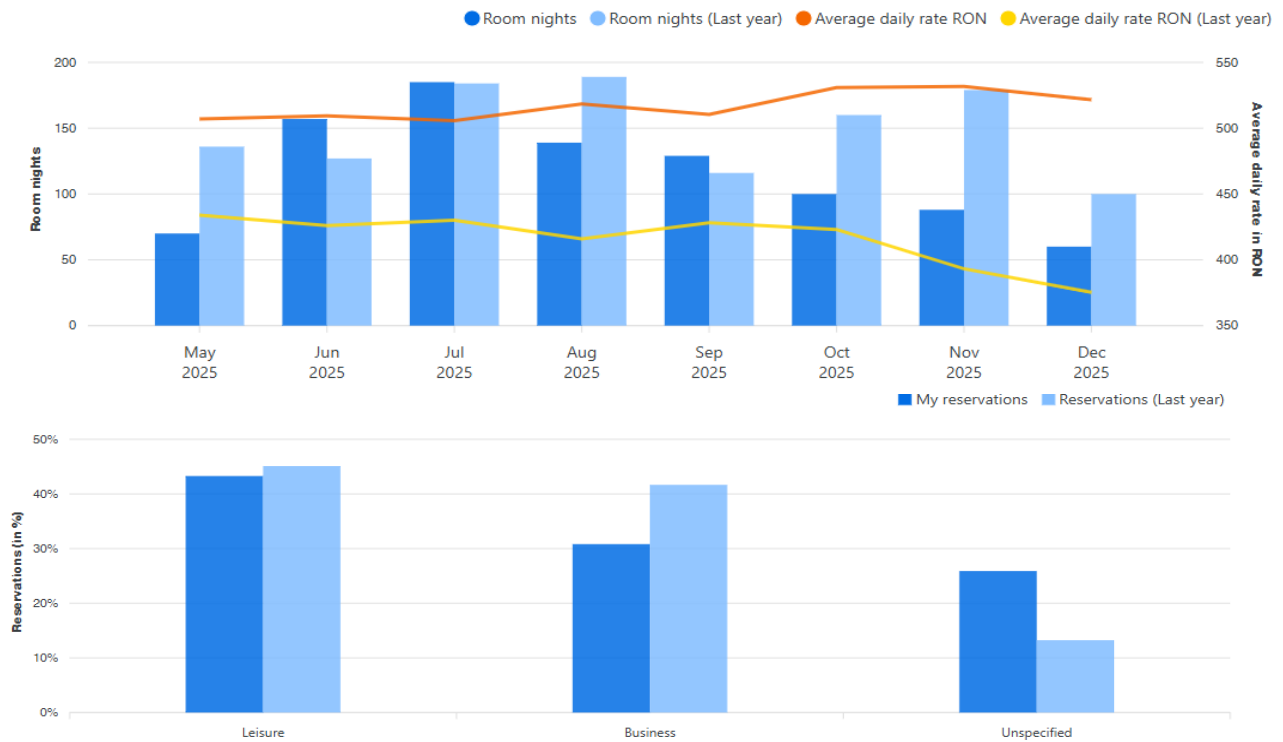
Additional categories

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.



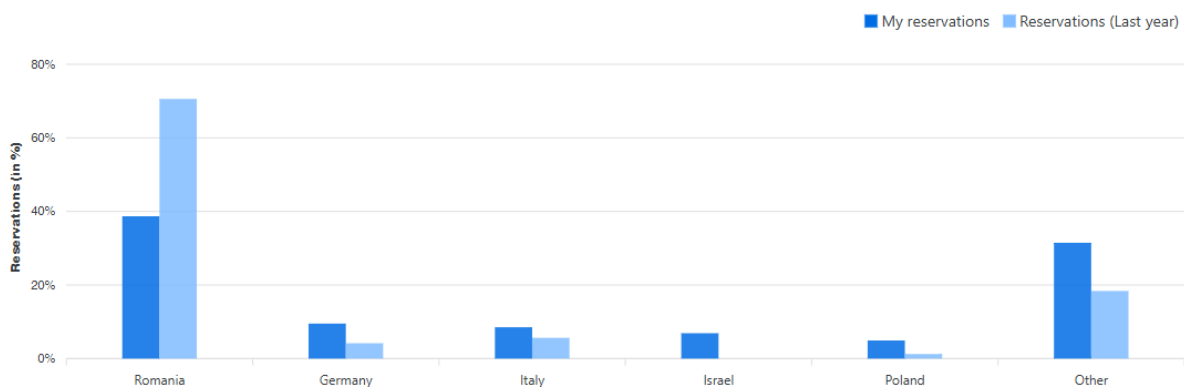
Pace report (Full report)

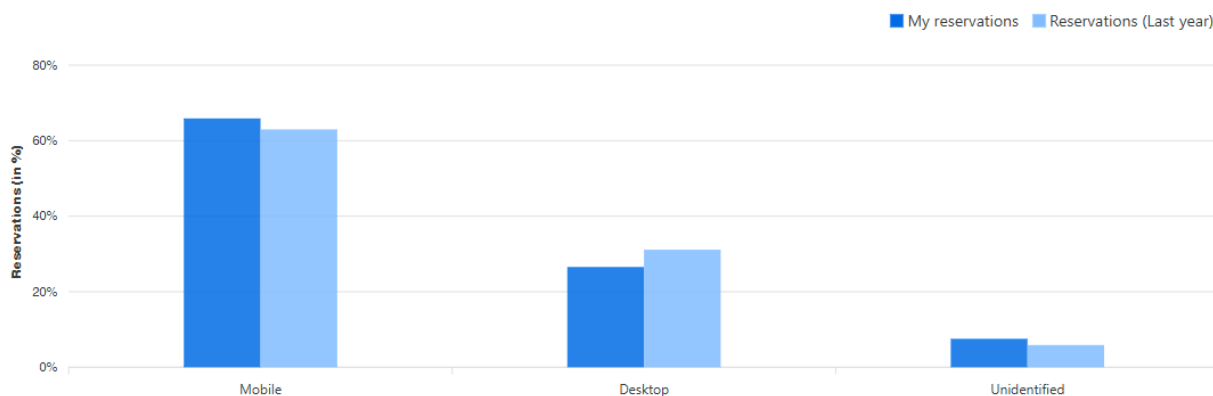




Your sales performance

	Jun 2025	Jul 2025	Aug 2025	Sep 2025	Oct 2025	Nov 2025	Dec 2025
Room nights	157	185	139	129	100	88	60
Room nights (Last year)	127	184	189	116	160	179	100
% difference	+23.62%	+0.54%	-26.46%	+11.21%	-37.50%	-50.84%	-40.00%
Revenue (RON)	79,973.85	93,550.85	72,049.60	65,841.30	53,082.25	46,784.50	31,303.70
Revenue (RON) (Last year)	54,102.60	79,148.84	78,591.69	49,674.32	67,692.40	70,392.77	37,534.55
% difference	+47.82%	+18.20%	-8.32%	+32.55%	-21.58%	-33.54%	-16.60%
Average daily rate RON	509.39	505.68	518.34	510.40	530.82	531.64	521.73
Average daily rate RON (Last year)	426.00	430.16	415.83	428.23	423.08	393.26	375.35
% difference	+19.57%	+17.56%	+24.65%	+19.19%	+25.47%	+35.19%	+39.00%





În perioada 1 iulie – 31 decembrie 2025 unitatea de alimentație publică a găzduit 135 evenimente, cu un număr total de 9.469 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 304 evenimente cu un număr total de 19.731 participanți, din care 60 evenimente organizate în amfiteatru cu un număr total de 12.295 participanți. Comparativ, în aceeași perioadă a anului 2024 sălile de conferință (împreună cu amfiteatrul) au găzduit 325 de evenimente cu un număr total de 22.076 participanți, din care în amfiteatru au avut loc un număr de 44 evenimente cu participarea unui număr de 14.020 persoane.

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 semestrul II, ne-am focusat pe următoarele obiective de marketing:

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

Fiind un hotel recent reclasificat la 4 stele, strategia de dezvoltare trebuie să vizeze 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.

De asemenea, am pus accent pe promovarea amfiteatrului și sălilor de conferințe cu dotările și facilitățile acestora, ca parte a strategiei de marketing.

În acest sens, în luna septembrie au fost reamintite aceste oferte instituțiilor publice, școlilor și facultăților, agențiilor de turism, firmelor organizatoare de evenimente complexe și rezultatele nu au întârziat să apară. 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 de produse, conferințe pe diferite teme: parenting, turism, mediu, închidere de an școlar, concerte de colinde, etc.

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 și națională ne-au adus 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 adevrtorial pe www.antena3.ro, jurnalul.ro și incomemagazine.ro, macheta 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 a programului de rezervări online continuă să aducă rezultate foarte bune.

Pe partea de alimentație publică ne-am continuat ofertarea evenimentelor cât și a meniurilor speciale către firme, asociații, agenții turism și agenții organizatoare de evenimente complexe, școli și universități, organizatori de evenimente private. Am continuat cu evenimentele specifice dar și sezoniere: petreceri corporate, botezuri, mese festive, întâlniri aniversare, cocktailuri, majorate. În luna decembrie am organizat petreceri tematice cu ocazia sărbătorilor și în nopatea dintre ani a fost organizată petrecerea de revelion.

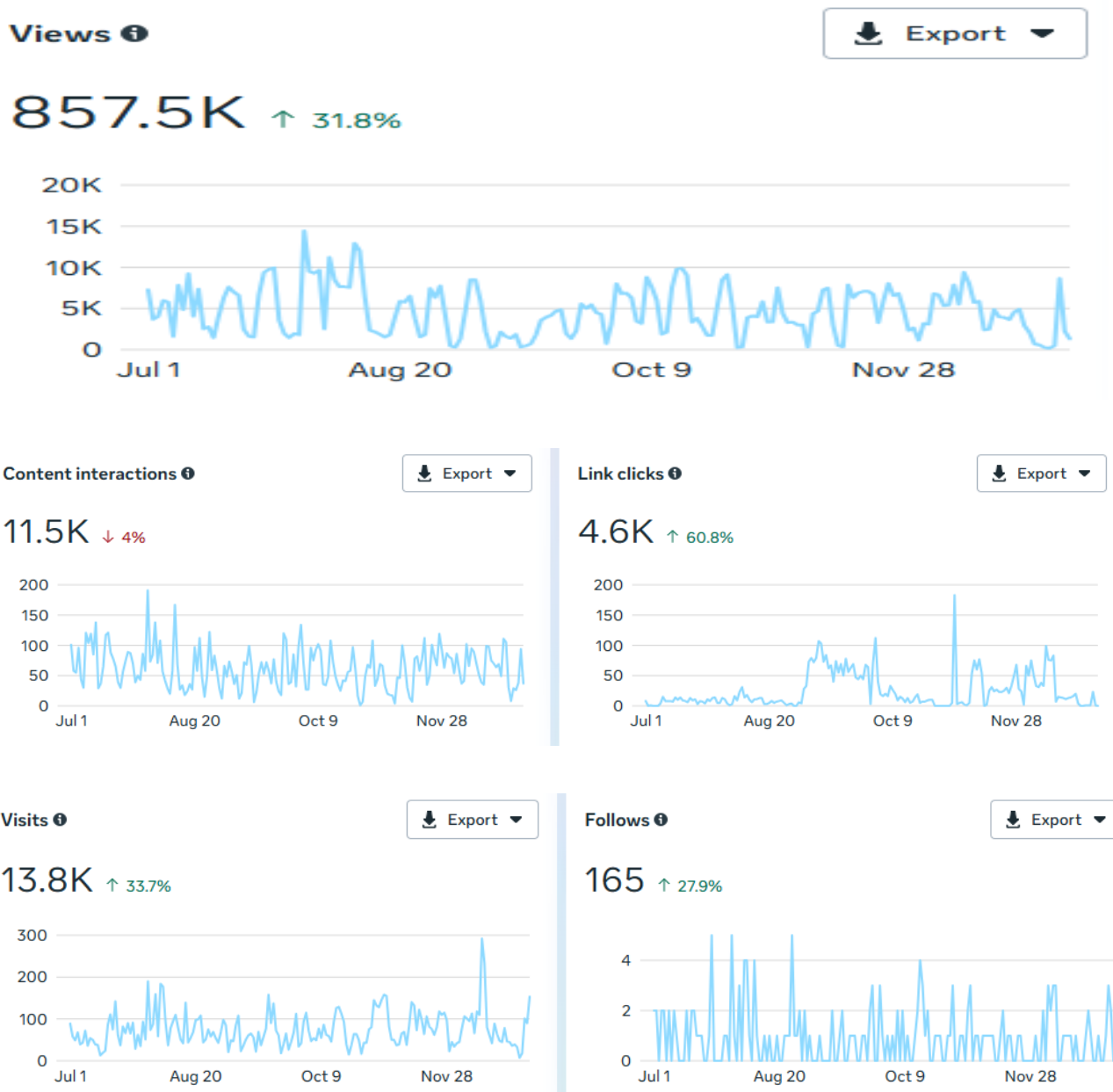
Am continuat, în baza noilor politici tarifare, colaborarea cu agenții precum Weco, Christian Tour, GoGlobal, Eximtur, Accent Travel and Events, Sky Travel Management, Solar Global Vision, Cris Travel etc. Am semnat contracte noi cu companii printre care amintim: Carolina Furs & Leather, Touch Communication, Garmin, AX Perpetum, BBHT, Opticris, Asociația profesorilor de limbă engleza din Cluj, Bebe Tei, Lidl, Asociația Națională de Îngrijire Paliativă, Meteocontrol, Athomy, Rieker și am continuat colaborarea cu companii precum: Copeland, Asociația Seven Steps, Catena, Magnor, Dare Instal, Imomax, Eduson, DGASP, Perpetuum Impex, Teilor, Asociația Dorcas Aid România, Asociația Martorii lui Iehova, Luad Susanu Trend, TTW Sports Design, Asociația pentru Solidaritate și Empatie Delia Grădinaru.

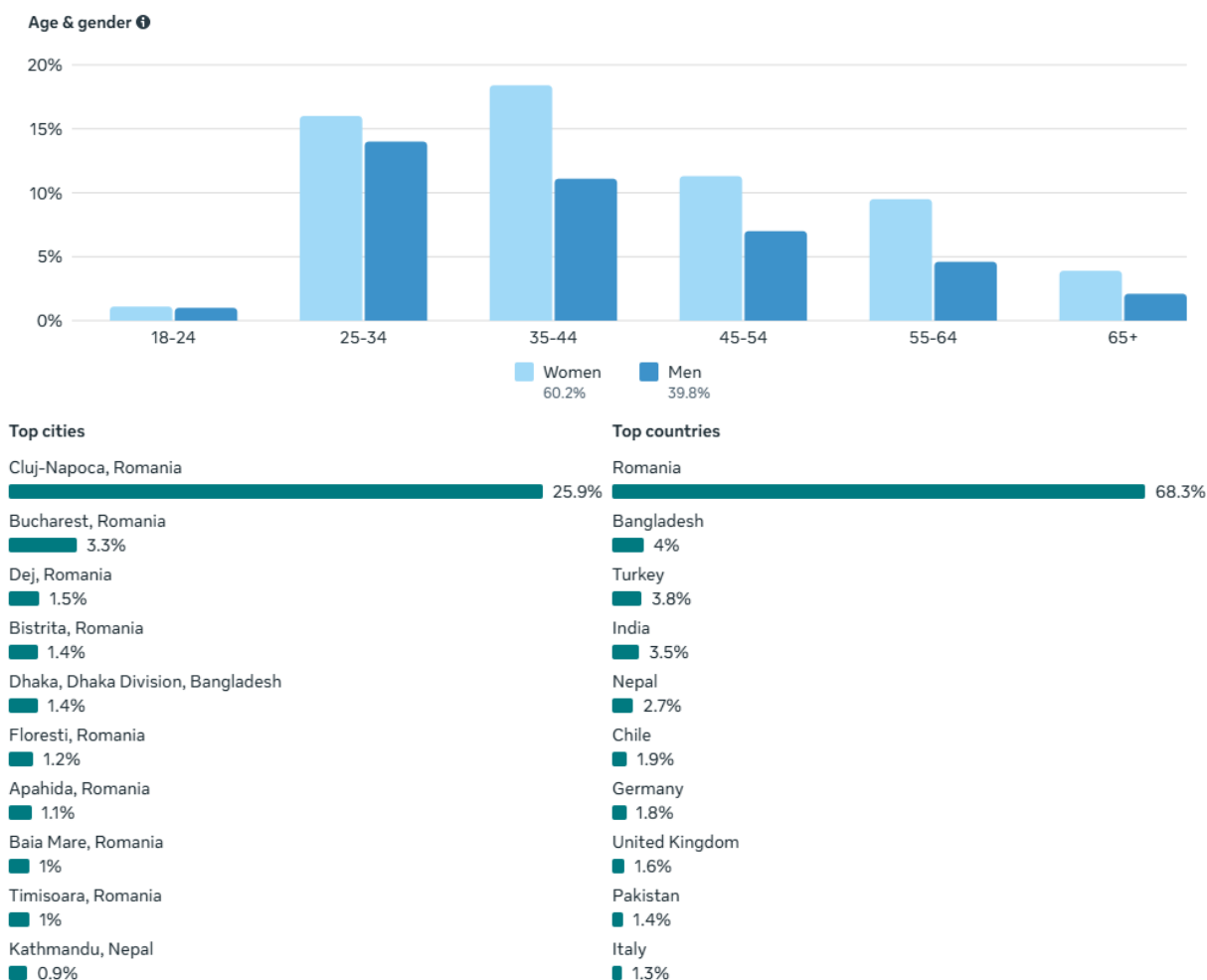
Prioritizarea prezenței online, marketing prin Social Media și marketing digital

În această perioadă ne-am axat în continuare și pe promovarea produselor și serviciilor pe Social Media, am continuat cu prezentarea ofertelor speciale la anumite produse și a promoțiilor la meniul zilei, am organizat OctoBERE Fest, cu produse speciale de sezon și nu în ultimul rând am realizat postări cu evenimentele organizate în cadrul complexului hotelier și cu ofertele privind tarifele speciale la cazare.

Activitatea și rezultatele noastre de pe pagina de Facebook și Instagram sunt prezentate mai jos:

Raport Facebook și Instagram semestrul II, anul 2025 Univers (T)





6. 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.

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.

Implicarea socială este cu atât mai importantă cu cât Univers T S.A. 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. Calendarul evenimentelor

sportive, culturale, educative sau cu impact social care se desfășoară în Cluj-Napoca este actualizat permanent de către angajații compartimentului 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 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 cursuri de teatru, activități sportive, arte plastice, educație în vederea ridicării nivelului intelectual, emoțional și fizic al elevilor.

În luna septembrie am oferit sprijin prin tarife preferențiale pentru cazarea invitaților orchestrei Filarmonicii de Stat „Transilvania” din Cluj-Napoca, orchestră care a celebrat 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 ale 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 un eveniment care a marcat 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.

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.

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.

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.

Tot în luna decembrie am susținut și Asociația Misionarii lui Padre Pio prin oferirea de tarif special pentru amfiteatrul Terra pentru un eveniment caritabil. Aceștia 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.

Am oferit sprijin Asociației pentru Solidaritate și Empatie Delia Grădinaru în organizarea taberei de iarnă și revelionului, această tabără fiind pentru noi deja o tradiție de aproape 15 ani. Am fost încântați să sprijinim și anul acesta tabăra de iarnă organizată în cadrul Hotelului Univers (T). Membrii asociației au petrecut clipe de neuitat având posibilitatea să fie împreună timp de 7 zile, fiind susținuți de complexul nostru prin 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.

În anul 2025, ca urmare procesului de rebranding finalizat în 2024, proces care a presupus schimbarea denumirii și identității vizuale, dar și clasificarea la categoria de 4 stele, conducerea societății și-a propus consolidarea imaginii hotelului pe piața hotelieră locală sub noua denumire, 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.

**PREȘEDINTE AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE
IANCU DĂNUȚ**