

**Anexă la Hotărârea
Consiliului de Administrație nr. 18/24.07.2025**

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

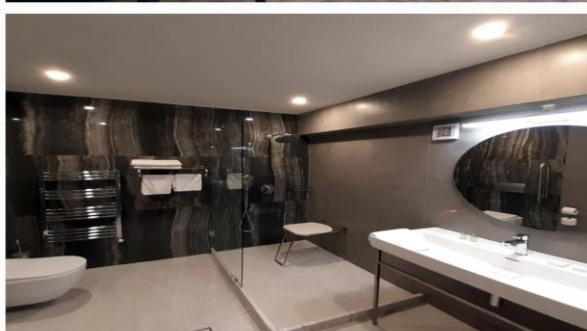
1. Prezentarea complexului hotelier

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 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 semestrul I al anului 2025.

UNIVERS T S.A. a desfășurat activitatea în semestrul I al anului 2025 în condiții relativ stabile, fără perturbări semnificative. Obiectivele principale au fost orientate spre creșterea volumului de activitate și gestionarea eficientă a resurselor, în contextul provocărilor economice actuale. Această activitate a generat următoarele rezultate economico-financiare pentru semestrul I al anului 2025:

-lei-

Indicator economic	Prevederi Sem I 2025	Realizări Sem I 2025	%
Venituri -Restaurant	1,860,000.00	1,835,126.00	98.66
Venituri-Hotel și săli de conferință	2,400,000.00	2,072,113.00	86.34
Venituri din chirii și Cota de asociere cu Iulius Mall Cluj SRL si UBC	2,150,000.00	2,202,691.00	102.45

Venituri din variatia stocurilor	750,000.00	666,648.00	88.89
Alte venituri din exploatare	65,000.00	80,336.00	123.59
Venituri financiare	60,000.00	64,617.00	107.70
Total venituri	7,285,000.00	6,921,531.00	95.01
I. Cheltuieli de exploatare, din care:	7,219,710.00	6,755,925.00	93.58
1. Cheltuieli materiale, din care	2,417,600.00	2,562,947.00	106.01
a) cheltuieli cu materiale consumabile	370,000.00	441,370.00	119.29
b) cheltuieli cu obiectele de inventar	40,000.00	0.00	0.00
c) cheltuieli cu costul marfii	700,000.00	666,648.00	95.24
d) cheltuieli cu utilitatile	250,000.00	206,661.00	82.66
e) cheltuieli cu alte servicii executate de terti	357,600.00	585,804.00	163.82
f) cheltuieli cu materia prima	700,000.00	662,464.00	94.64
2. Cheltuieli cu personalul	3,586,110.00	2,999,090.00	83.63
3. Cheltuieli cu amortizarile	974,000.00	970,955.00	99.69
4. Cheltuieli de protocol	11,000.00	7,091.00	64.46
5. Cheltuieli de reclama si publicitate	50,000.00	27,185.00	54.37
6. Cheltuieli cu impozite, taxe, etc	180,000.00	188,557.00	104.75
7. Alte cheltuieli de exploatare	1,000.00	100.00	10.00
II. Cheltuieli financiare	300.00	1,634.00	544.67
Total cheltuieli	7,220,010.00	6,757,559.00	93.59
Rezultatul brut	64,990.00	163,972.00	252.30

Veniturile realizate la nivelul semestrului I al anului 2025 reprezintă 95,01% din veniturile totale prevăzute.

Cheltuielile înregistrate la semestrul I al anului 2025 sunt aferente veniturilor realizate și sunt afectate sensibil de creșterea prețurilor la materialele consumabile utilizate atât în alimentația publică cât și pe segmentul de cazare și săli de conferințe și a tarifelor pentru serviciile prestate de terți. În aceste condiții, cheltuielile reprezintă 93,59 % față de prevederile bugetare.

Pentru perioada de raportare, sumele virate de Iulius Mall Cluj S.R.L. și United Business Center reprezentând cota minimă de asociere se cifrează la 2.065.180 lei.

Rezultatul brut realizat la finalul semestrului I al anului 2025 este profit în valoare de 163.972lei, iar profitul net se ridică la 137.140 lei.

Raportat la aceeași perioadă din anul precedent, în tabelul de mai jos sunt trecute realizările societății la nivelul semestrului I al anului 2025, din care rezultă dificultățile

întâmpinate pe fondul crizei macroeconomice, dar și rezultatele eforturilor de creștere a veniturilor:

Indicatori economici	Sem.I 2024 - lei -	Sem.I 2025 - lei -	Sem.I 2025/ Sem.I 2024 (%)
Venituri totale	6,164,473	6,921,531	112.28
Cifra de afaceri	5,527,230	6,109,930	110.54
Cheltuieli totale	6,129,117	6,757,559	110.25
Profit brut	35,356	163,972	463.77

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

Pe segmentul investițiilor, Univers T S.A. a finalizat obiectivul “Lucrări de reface/modernizare pentru Terasele Restaurant și spațiile de acces exterior”, precum platourile, scările de acces către și dinspre lac și care a inclus lucrări de construcții, hidroizolație, săpături și sistem de dren, subzidiri, consolidare și placare scări și alte lucrări conexe.

De asemenea, în luna aprilie, Univers T S.A. a început lucrările la obiectivul “Instalare sistem fotovoltaic” compus din 162 bucăți de panouri fotovoltaice Vertex.

Valoarea lucrărilor de investiții realizate în decursul semestrului I al anului 2025 se ridică la 484,61 mii lei.

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 I al anului 2025, au avut loc 6 ședințe ale Consiliului de Administrație, iar în cadrul acestor ședințe s-au aprobat 16 de hotărâri de către Consiliul de Administrație.

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

- participarea la ședințe lunare și promovarea 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 1.01.2025 – 30.06.2025 sunt prezentate mai jos:

„În luna ianuarie 2025, comparativ cu luna ianuarie 2024, sosirile în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au crescut cu 10,2%, iar înnoptările au crescut cu 12,7%.

Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna ianuarie 2025 au însumat 847,3 mii persoane, în creștere cu 10,2% față de cele din luna ianuarie 2024. Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna ianuarie 2025 au însumat 1623,8 mii, în creștere cu 12,7% față de cele din luna ianuarie 2024.

Durata medie a șederii în luna ianuarie 2025 a fost 1,9 zile la turiștii români și de 2,2 zile la turiștii străini. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare turistică, în luna ianuarie 2025 a fost de 22,8% pe total structuri de cazare turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în creștere cu 1,7 puncte procentuale față de luna ianuarie 2024.

În luna februarie 2025, comparativ cu luna februarie 2024, sosirile în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 3,5%, iar înnoptările au scăzut cu 3,4%.

Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna februarie 2025 au însumat 817,6 mii persoane, în scădere cu 3,5% față de cele din luna februarie 2024. Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna februarie 2025 au însumat 1575,0 mii, în scădere cu 3,4% față de cele din luna februarie 2024.

Durata medie a șederii în luna februarie 2025 a fost 1,9 zile la turiștii români și de 2,2 zile la turiștii străini. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare turistică, în luna februarie 2025 a fost de 24,7% pe total structuri de cazare turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în scădere cu 0,5 puncte procentuale față de luna februarie 2024.

În luna martie 2025, comparativ cu luna martie 2024, sosirile în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 2,7%, iar înnoptările au scăzut cu 1,7%.

Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna martie 2025 au însumat 831,8 mii persoane, în scădere cu 2,7% față de cele din luna martie 2024. Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna martie 2025 au însumat 1574,3 mii, în scădere cu 1,7% față de cele din luna martie 2024.

Durata medie a șederii în luna martie 2025 a fost 1,8 zile la turiștii români și de 2,2 zile la turiștii străini. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare turistică, în luna martie 2025 a fost de 22,5% pe total structuri de cazare turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în scădere cu 0,4 puncte procentuale față de luna martie 2024.

În luna aprilie 2025, comparativ cu luna aprilie 2024, sosirile în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au scăzut cu 2,5%, iar înnoptările au crescut cu 1,0%.

Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna aprilie 2025 au însumat 874,4 mii persoane, în scădere cu 2,5% față de cele din luna aprilie 2024. Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna aprilie 2025 au însumat 1715,7 mii, în creștere cu 1,0% față de cele din luna aprilie 2024.

Durata medie a șederii în luna aprilie 2025 a fost 1,9 zile la turiștii români și de 2,1 zile la turiștii străini. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare turistică, în luna aprilie 2025 a fost de 24,0% pe total structuri de cazare turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în scădere cu 0,5 puncte procentuale față de luna aprilie 2024.

În luna mai 2025, comparativ cu luna mai 2024, sosirile în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare inclusiv apartamente și camere de închiriat au crescut cu 3,0%, iar înnoptările au crescut cu 6,6%.

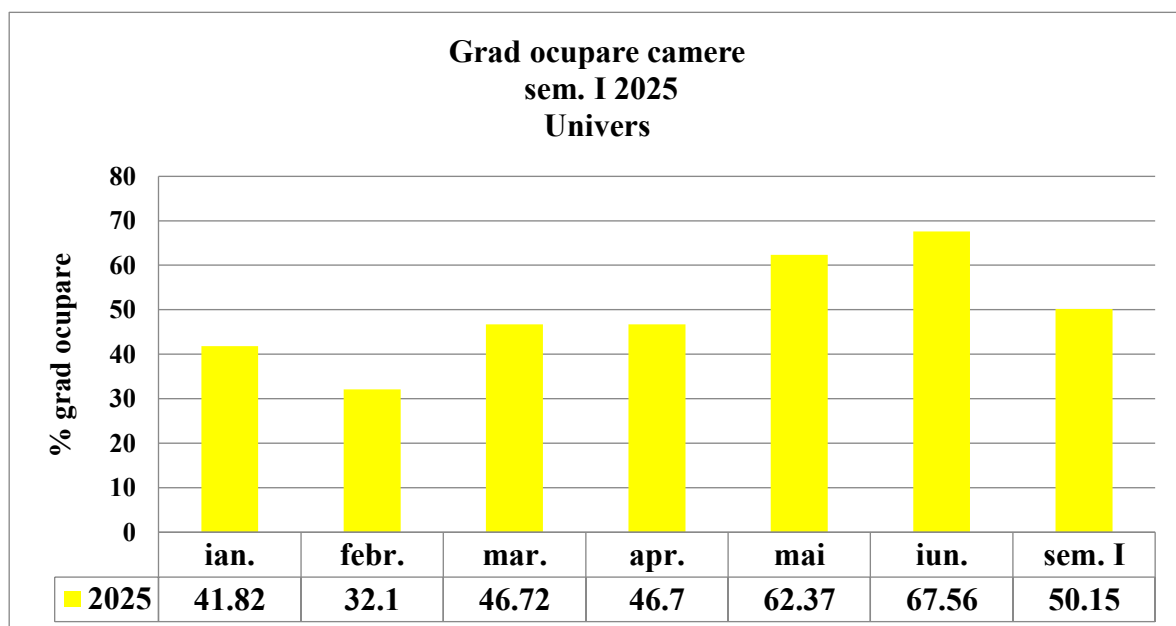
Sosirile înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna mai 2025 au însumat 1119,8 mii persoane, în creștere cu 3,0% față de cele din luna mai 2024. Înnoptările înregistrate în structurile de primire turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în luna mai 2025 au însumat 2255,8 mii, în creștere cu 6,6% față de cele din luna mai 2024.

Durata medie a șederii în luna mai 2025 a fost 2,0 zile la turiștii români și de 2,1 zile la turiștii străini. Indicele de utilizare netă a locurilor de cazare turistică, în luna mai 2025 a fost de 28,2% pe total structuri de cazare turistică (inclusiv apartamente și camere de închiriat), în creștere cu 1,2 puncte procentuale față de luna mai 2024.”

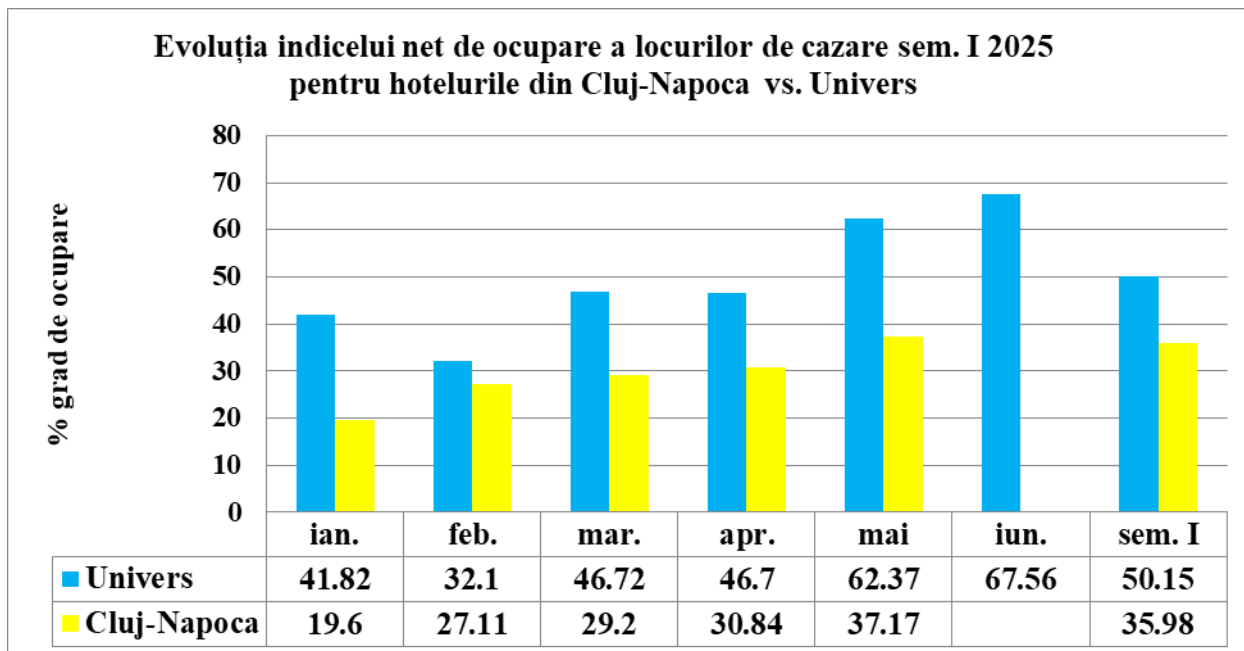
Pentru luna iunie, rezultatele nu sunt încă actualizate.

Gradul de ocupare al camerelor la Univers (T)

În semestrul I al anului 2025, hotelul Univers (T) a vândut un număr de 4.922 camere, cu un total de înnoptări de 6.968. Gradul de ocupare a camerelor a fost de 50.15 %, iar durata medie a șederii în această perioadă a fost de 1,46 zile.

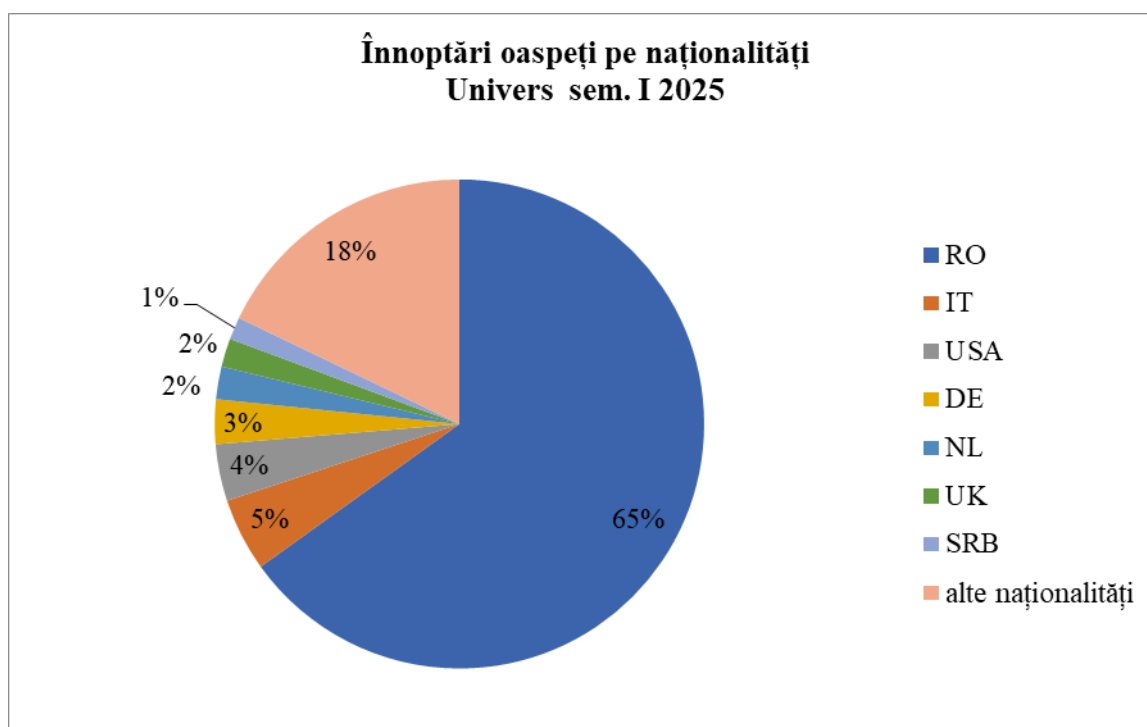


Spre comparație, în graficul de mai jos este prezentată evoluția Indicelui net de ocupare a locurilor de cazare, categoria hoteluri, raportat pentru Municipiul Cluj-Napoca de către Direcția Județeană de Statistică Cluj și cel al hotelului Univers (T):

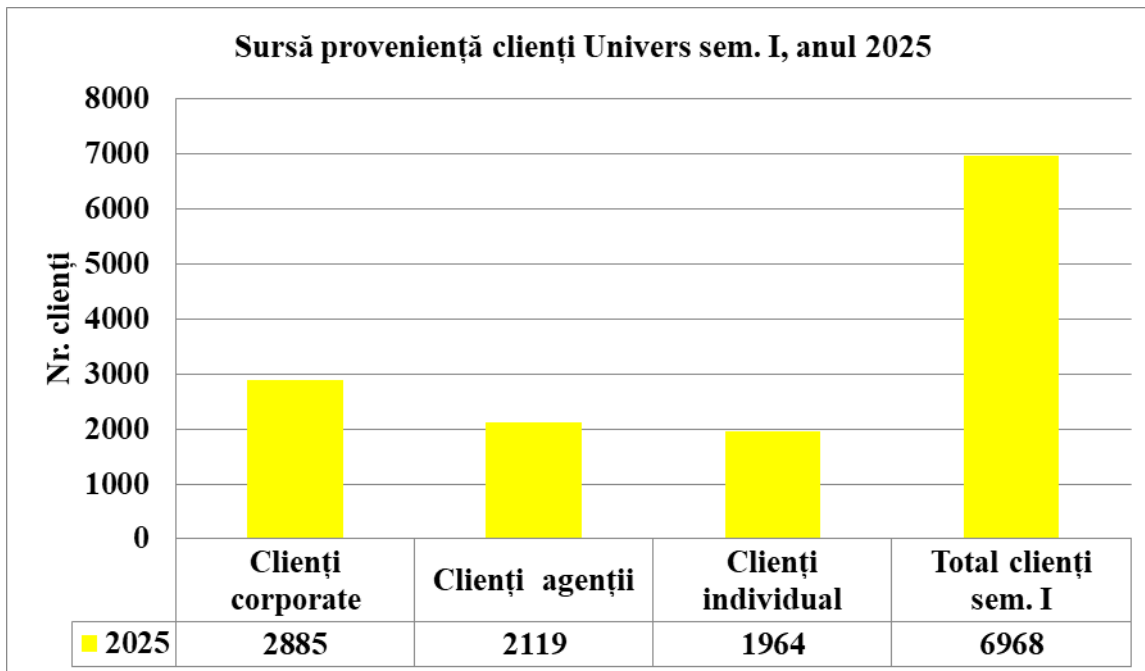


Obs: Datele pentru luna iunie 2025 nu au fost încă publicate.

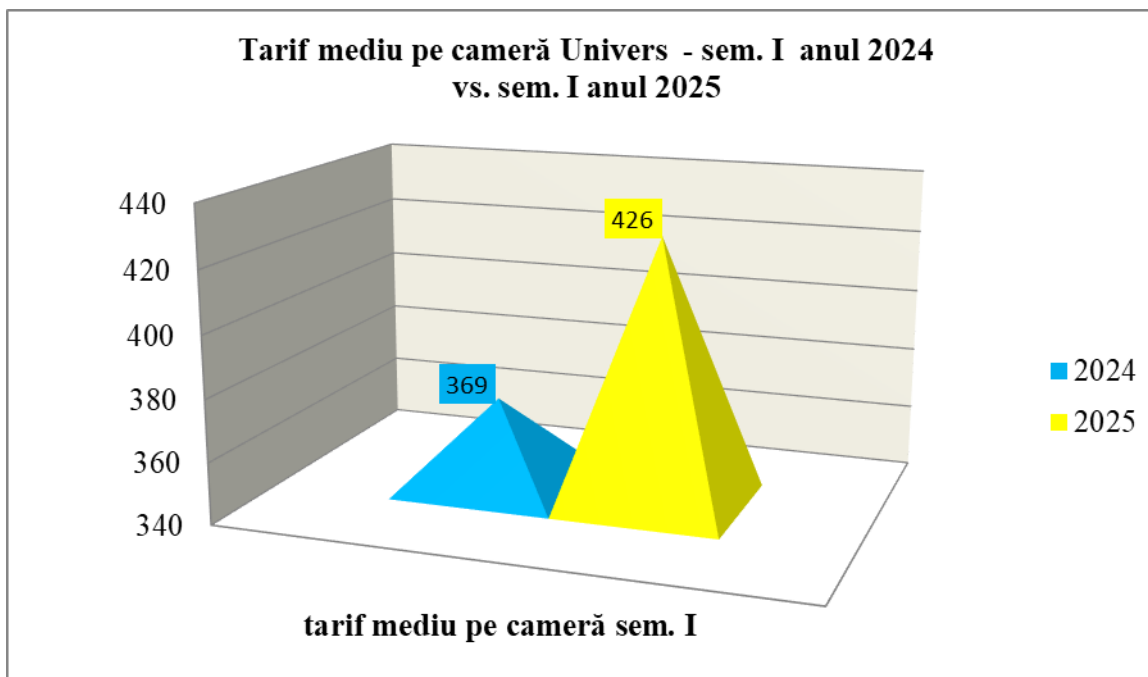
În ceea ce privește clasificarea pe naționalități, din totalul înnopțărilor au fost 2.433 înnopțări ale cetățenilor străini și 4.535 înnopțări ale cetățenilor români, așa cum se observă din graficul de mai jos:



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



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



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.

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.

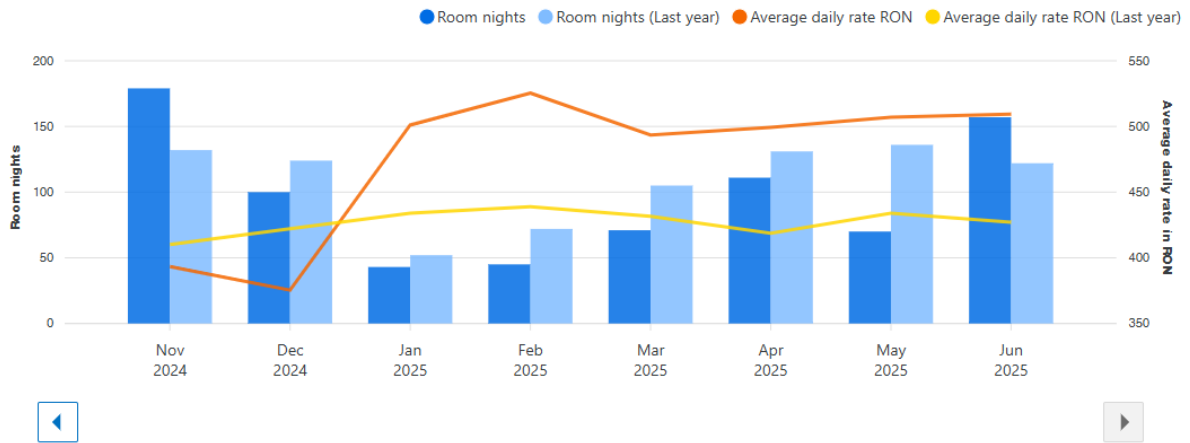
Și în acest an ne concentrăm pe atragerea a cât mai multor rezervări din zona de on-line înspre site-ul propriu, crescând astfel marja de profit ca urmare a faptului că nu se mai plătesc comisioanele aferente rezervărilor efectuate prin intermediul agențiilor de turism.

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

Raport Booking semestrul I, anul 2025 -Univers (T)

Performance Overview

	Based on bookings in the past 365	Based on bookings for the next 365
Room Nights	1,420	283
Room nights (Last year)	6.21% (1,337)	111.19% (134)
Room Revenue	634,998.36 lei	140,404.15 lei
Revenue (RON) (Last year)	14.13% (556,361.46 lei)	145.32% (57,234 lei)
Average Daily Rate	447.18 lei	496.13 lei
Average daily rate RON (Last year)	7.46% (416.13 lei)	16.16% (427.12 lei)



Your sales performance

	Dec 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	May 2025	Jun 2025
Room nights	100	43	45	71	111	70	157
Room nights (Last year)	124	52	72	105	131	136	122
% difference	-19.35%	-17.31%	-37.50%	-32.38%	-15.27%	-48.53%	+28.69%
Revenue (RON)	37,534.55	21,545.81	23,643.95	35,040.30	55,425.07	35,488.00	79,973.85
Revenue (RON) (Last year)	52,333.60	22,560.48	31,604.08	45,310.60	54,849.16	59,023.04	52,092.56
% difference	-28.28%	-4.50%	-25.19%	-22.67%	+1.05%	-39.87%	+53.52%
Average daily rate RON	375.35	501.07	525.42	493.53	499.32	506.97	509.39
Average daily rate RON (Last year)	422.05	433.86	438.95	431.53	418.70	433.99	426.99
% difference	-11.07%	+15.49%	+19.70%	+14.37%	+19.26%	+16.82%	+19.30%

Show total sum

Breakdown by room and rate

Room/Rate plan	Room nights	Revenue (RON)	Average daily rate (RON)
Standard Double or Twin Room	174	85,476.90	491.25
Standard Rate	57	28,587.00	501.53
Nerambursabil	117	56,889.90	486.24
Economy Double or Twin Room	197	92,739.92	470.76
Standard Rate	69	33,426.97	484.45
Nerambursabil	128	59,312.95	463.38
Executive Suite	415	209,113.35	503.89
Standard Rate	136	69,719.75	512.65
Nerambursabil	279	139,393.60	499.62
Twin Room	1,033	414,796.18	401.55
Standard Rate	678	274,242.08	404.49
Nerambursabil	355	140,554.10	395.93
Total	1,819	802,126.35	440.97



În perioada 1 ianuarie – 30 iunie 2025 unitatea de alimentație publică a găzduit 155 evenimente, cu un număr total de 8.480 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 311 evenimente cu un număr total de 23.019 participanți, din care 61 evenimente organizate în amfiteatru cu un număr total de 15.650 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 I, ne-am focusat pe următoarele obiective de marketing:

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

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.

Punem accent și în acest an pe promovarea amfiteatrului și a sălilor de conferințe cu dotările și facilitățile acestora, ca parte a strategiei de marketing. Continuăm cu ofertarea pentru amfiteatru, pentru evenimente variate: conferințe medicale, concerte, adunări religioase, lansări de carte, sedințe și prezentări, spectacole și concursuri de dans.

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 o continuăm și în acest an, începând cu luna mai au fost reînnoite contractele cu ziarele locale ale edițiilor on line ale acestor publicații. Această colaborare aducându-ne un plus de promovare prin expunere bannere on-line sau advertoriale privind noile produse și servicii ale complexului hotelier.

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 sezoniere și anume microrevelion, petreceri aniversare, adunări și

concerte bisericești, sedințe și prezentări, conferințe medicale, serbări și spectacole dans. În luna mai au fost deschise terasele Park Lake și noua terasă a restaurantului Luna.

Am continuat, în baza noilor politici tarifare, colaborarea cu agenții precum Weco, Christian Tour, 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, Constelatii Familiale, Global Aliantz, Clubul Sportiv Mixed Martial Arts, AN Apele Române, Eduson Education și am continuat colaborarea cu companii precum Dare Instal, Vigma Marketing, Relats East Europe, Imomax, Power Belt, Perpetuum Impex, Teilor, Dance House, cât și cu Asociația Arca Cluj, Asociația Process Based Therapy, Avangarde Business, Asociația Martorii lui Iehova, Asociația pentru Solidaritate și Empatie Delia Grădinariu, Fundația Guilt, 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 următorilor 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:

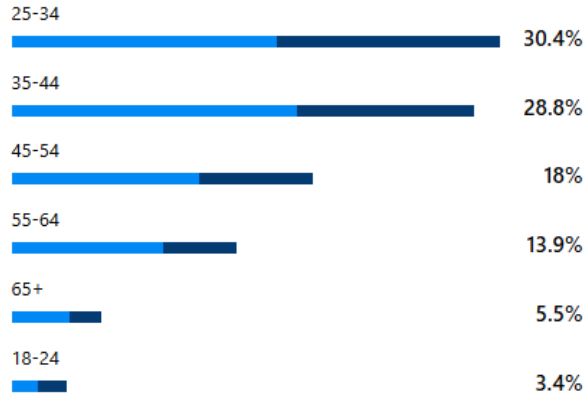
Raport Facebook și Instagram semestrul I, anul 2025 Univers (T)



Age & gender ⓘ

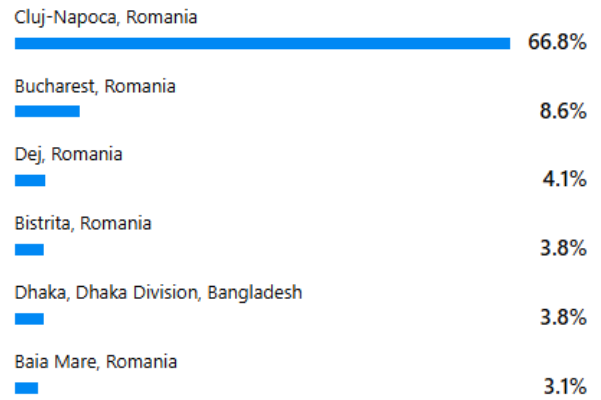
Lifetime

● Women ● Men ● Unknown



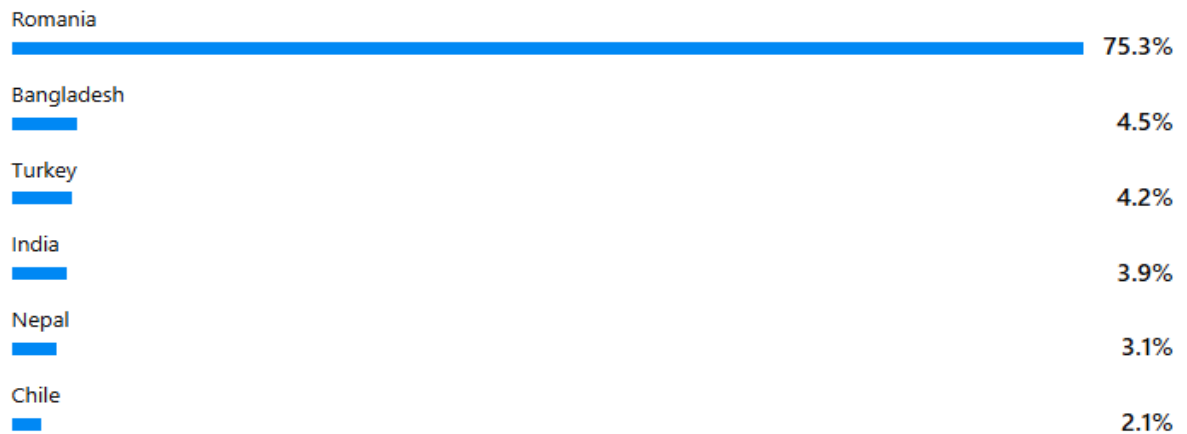
Cities ⓘ

Lifetime



Countries ⓘ

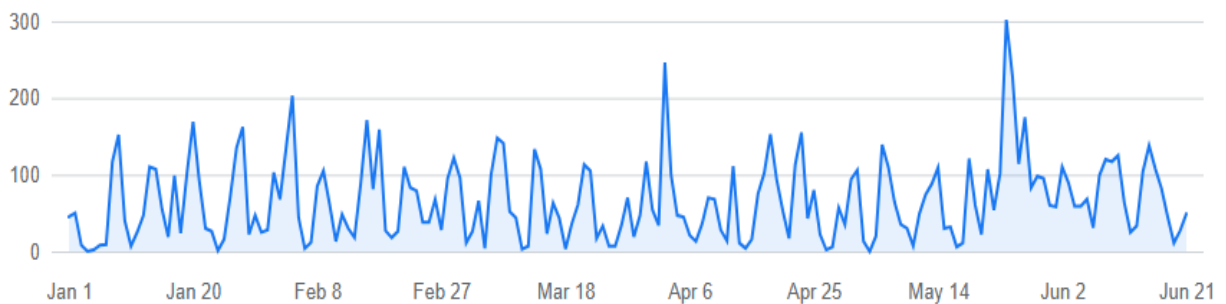
Lifetime



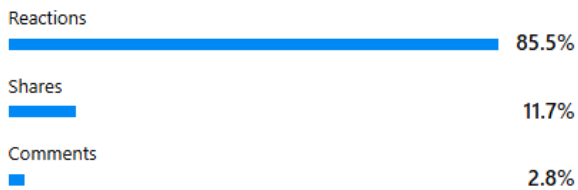
Custom: Jan 1 - Jun 30 ▼

11,932 Interactions ⓘ

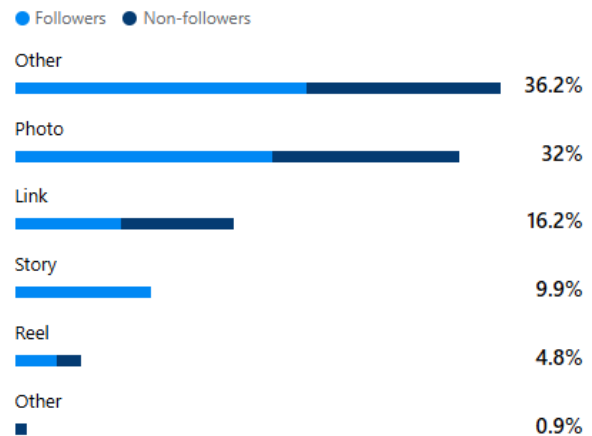
+16.1% from previous 181 days



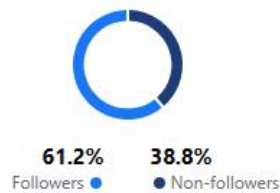
By interaction type ?



By content type ?



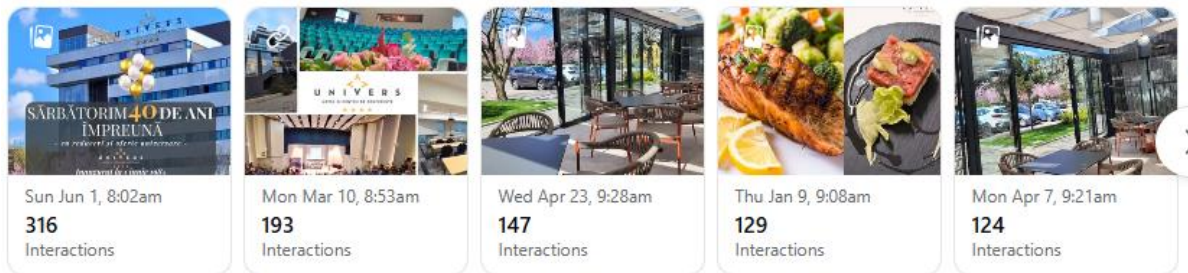
By followers vs non-followers ?



Top content

based on interactions

[See](#)



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 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.

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. 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 10 zile. Au fost susținuți de complexul nostru prin tarife speciale și mult entuziasm din partea angajaților Univers (T).

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 promovati ca și parteneri pe afișele tipizate și online ale organizatorului cât și pe canalele media și de socializare ale celor doi artiști.

La fel ca și în anii anteriori, societatea noastră susține și în acest an elevii înscriși în 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 turismului românesc, 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 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.

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, echipa managerială își propune consolidarea imaginii hotelului pe piața hotelieră locală sub noua denumire, extinderea portofoliului de clienți, fidelizarea 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 și nu în ultimul rând îmbunătățirea performanțelor economice ale societății.

**PREȘEDINTE AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE
IANCU DĂNUȚ**