

16/05/2022



MITGC



UNIVERS T
CENTRU DE CONFERINTE

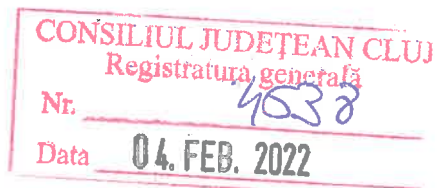
Aliniem astrele pentru tine!

S.C. Univers T S.A. Str. Al. V. Voievod, Nr. 53-55, Cluj-Napoca, 400436, Romania
Tel.: +40-(0)264-41.41.61, Fax: +40-(0)264-41.41.58, Mob.: +40-(0)734-77.11.77
E-mail: rezervari@univers.t.ro, Web: www.univers.t.ro

Nr. înreg. 109/1.02.2021

Către

Consiliul Județean Cluj.



Prin prezenta vă înaintăm Raportul privind activitatea Consiliului de
Administratie al Univers T S.A., pe semestru II al anului 2021

DIRECTOR GENERAL,

Mariana Carmen Leș



Întocmit,

Ofelia Liana Milchiș



R. C. CLUJ: J12/4382/1992, C.F.: RO 257293. Banca C.E.C. CLUJ, Cont: RO15CECECJ0101RON0503922, Cap. Soc. 761.070 lei

NR 1038/07.02.2022

Nr.inreg. 81/27.01.2022

Hotărârea nr. 6/27.01.2022

Consiliul de Administrație al S.C. UNIVERS T S.A., întrunit în
sedința din data de 27.01.2022

HOTĂRĂȘTE

Art. 1. Se aprobă Raportul de evaluare al activității Consiliului de
Administrație pentru semestrul II, an 2021, conform anexei atasate care face parte
integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 2. Cu ducerea la îndeplinire a prezentei hotărâri se desemnează
conducerea societății Univers T.

Președintele Consiliului de Administrație

VAMAN DANIEL

**Anexă la Hotărârea nr. 6 /27.01.2022
a Consiliului de Administrație****Raport privind activitatea Consiliului de Administrație
al Univers T S.A. pe semestrul II al anului 2021****1. Prezentarea complexului hotelier**

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

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

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

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

- 57 de camere și apartamente
- centru de conferințe cu 4 săli de conferință și un amfiteatru în curs de finalizare
- 2 restaurante și 2 saloane cu specific internațional și tradițional românesc
- 2 terase de vară și lobby bar
- centru de fitness cu sauna și 5 terenuri de tenis
- parcare privată cu 64 de locuri disponibile și stație de încărcare a mașinilor electrice și hybrid.

Cu accente moderne de catifea și linii contemporane, camerele proaspăt renovate în perioada 2020-2021, înseamnă confort optim și relaxare perfectă pentru oaspeții noștri.



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

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

Restaurantul Luna



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

Restaurantul Venus



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

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



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



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

Terasa Park Lake



Centrul de conferințe

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

Centrul de Conferințe Univers T este format dintr-un amfiteatru impresionant prin spațiu și design, amfiteatru aflat în ultima fază de renovare cu o capacitate de 290 locuri și 4 săli, cu o capacitate de până la 70 de locuri, care pot găzdui diverse evenimente corporatiste, congrese, simpozioane, training-uri, workshop-uri, dar și evenimente private.



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

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

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



2. Situația indicatorilor economico-financiari pe semestrul II al anului 2021.

UNIVERS T S.A. și-a desfășurat activitatea în semestrul II al anului 2021 în condițiile speciale instituite prin restricțiile de ordin economic, social și administrativ impuse de autorități în urma declanșării pandemiei cu virusul SARS-CoV-2, dar și de relaxare treptată a acestor restricții. Semestrul II al anului 2021 a început cu noi măsuri de ridicare a restricțiilor, care a dus la intensificarea activității atât pe segmentul hotelier și de alimentație publică, cât și pe cel al evenimentelor pe sălile de conferințe. Ulterior, au fost reintroduse o serie de măsuri și restricții sanitare și sociale cu scopul de a diminua efectele pandemiei. S-au menținut limitările și condițiile impuse privind distanțarea, organizarea de evenimente cu limitarea capacității de ocupare a sălilor de restaurant și asigurarea respectării măsurilor de igienă și dezinfecție, iar mai apoi, s-a impus obligativitatea prezentării unui certificat verde

pentru accesul în hotel. Pentru restaurant, a continuat activitatea de comercializare a produselor alimentare prin sistemul de ridicare a produselor sau livrare la client.

Activitatea descrisă mai sus a condus la înregistrarea următoarelor rezultate economico-financiare pentru semestrul II al anului 2021:

		INDICATORI	Nr. rd.	Propuneri	Realizări	%
0	1			Sem II 2021	Sem II 2021	6=5/4
0	1	2	3	4	5	6
I.		VENITURI TOTALE (Rd.2+Rd.22)	1	6,759.55	7,884.04	116.64
	1	Venituri totale din exploatare (Rd.2=Rd.3+Rd.8+Rd.9+Rd.12+Rd.13+Rd.14), din care:	2	6,751.55	7,876.40	116.66
	a)	din producția vândută (Rd.3=Rd.4+Rd.5+Rd.6+Rd.7), din care:	3	4,984.00	5,003.45	100.39
	a1)	din vânzarea produselor	4	0.00	0.09	0.00
	a2)	din servicii prestate	5	1,490.00	1,474.08	98.93
	a3)	din redevențe și chirii	6	3,494.00	3,529.28	101.01
	a4)	alte venituri	7	0.00	0.00	0.00
	b)	din vânzarea mărfurilor	8	1,020.00	1,298.83	127.34
	c)	din subvenții și transferuri de exploatare aferente cifrei de afaceri nete (Rd.9=Rd.10+Rd.11), din care:	9	450.53	929.74	206.37
	c1)	subvenții, cf. prevederilor legale în vigoare	10	450.53	929.74	206.37
	c2)	transferuri, cf. prevederilor legale în vigoare	11	0.00	0.00	0.00
	d)	din producția de imobilizări	12	0.00	0.00	0.00
	e)	venituri aferente costului producției în curs de execuție	13	250.00	530.59	212.24
	f)	alte venituri din exploatare (Rd.15+Rd.16+Rd.19+Rd.20+Rd.21), din care:	14	47.02	113.79	242.00
	f1)	din amenzi și penalități	15	0.00	0.00	0.00
	f2)	din vânzarea activelor și alte operații de capital (Rd.16=Rd.17+Rd.18), din care:	16	0.00	0.00	0.00
		- active corporale	17	0.00	0.00	0.00
		- active necorporale	18	0.00	0.00	0.00
	f3)	din subvenții pentru investiții	19	0.00	0.00	0.00
	f4)	din valorificarea certificatelor CO2	20	0.00	0.00	0.00
	f5)	alte venituri	21	47.02	113.79	242.00
	2	Venituri financiare (Rd.22=Rd.23+Rd.24+Rd.25+Rd.26+Rd.27), din care:	22	8.00	7.64	95.49
	a)	din imobilizări financiare	23	0.00	0.00	0.00
	b)	din investiții financiare	24	0.00	0.00	0.00

	c)	din diferențe de curs	25	1.00	0.00	0.00
	d)	din dobânzi	26	2.00	7.59	379.50
	e)	alte venituri financiare	27	5.00	0.05	0.98
II	CHELTUIELI TOTALE (Rd.28=Rd.29+Rd.130)		28	6,694.81	7,313.44	109.24
1	Cheltuieli de exploatare (Rd.29=Rd.30+Rd.78+Rd.85+Rd.113), din care:		29	6,305.75	6,983.79	110.75
	A. Cheltuieli cu bunuri si servicii (Rd.30=Rd.31+Rd.39+Rd.45), din care:		30	1,665.87	2,269.80	136.25
A1	Cheltuieli privind stocurile (Rd.31=Rd.32+Rd.33+Rd.36+Rd.37+Rd.38), din care:		31	1,235.00	1,782.97	144.37
a)	cheltuieli cu materiile prime		32	290.00	531.49	183.27
b)	cheltuieli cu materialele consumabile, din care:		33	355.00	363.20	102.31
	b1)	cheltuieli cu piesele de schimb	34	9.00	13.64	151.56
	b2)	cheltuieli cu combustibilii	35	210.00	216.83	103.25
c)	cheltuieli privind materialele de natura obiectelor de inventar		36	90.00	89.20	99.11
d)	cheltuieli privind energia și apa		37	210.00	268.49	127.85
e)	cheltuieli privind mărfurile		38	290.00	530.59	182.96
A2	Cheltuieli privind serviciile executate de terți (Rd.39=Rd.40+Rd.41+Rd.44), din care:		39	27.00	65.47	242.48
a)	cheltuieli cu întreținerea și reparațiile		40	12.00	42.05	350.42
b)	cheltuieli privind chiriile (Rd.41=Rd.42+Rd.43) din care:		41	0.00	0.00	0.00
	b1)	- către operatori cu capital integral/majoritar de stat	42	0.00	0.00	0.00
	b2)	- către operatori cu capital privat	43	0.00	0.00	0.00
c)	prime de asigurare		44	15.00	23.42	156.13
A3	Cheltuieli cu alte servicii executate de terți (Rd.45=Rd.46+Rd.47+Rd.49+Rd.56+Rd.61+Rd.62+Rd.66+Rd.67+Rd.68+Rd.77), din care:		45	403.87	421.36	104.33
a)	cheltuieli cu colaboratorii		46	239.80	259.22	108.10
b)	cheltuieli privind comisioanele și onorariul, din care:		47	42.30	41.47	98.04
	b1)	cheltuieli privind consultanța juridică	48	42.30	41.47	98.04
c)	cheltuieli de protocol, reclamă și publicitate (Rd.50+Rd.52), din care:		49	42.50	48.42	113.93
	c1)	cheltuieli de protocol, din care:	50	6.50	5.29	81.38
		- tichete cadou potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	51	0.00	0.00	0.00
	c2)	cheltuieli de reclamă și publicitate, din care:	52	36.00	43.13	119.81
		- tichete cadou ptr. cheltuieli de reclamă și publicitate, potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	53	0.00	0.00	0.00

		- tichete cadou ptr. campanii de marketing, studiul pieței, promovarea pe piețe existente sau noi, potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	54	0.00	0.00	0.00
		- ch.de promovare a produselor	55	36.00	43.13	119.81
d)		Ch. cu sponsorizarea, potrivit O.U.G. nr. 2/2015 (Rd.56=Rd.57+Rd.58+Rd.60), din care:	56	0.00	0.00	0.00
	d1)	ch. de sponsorizare in domeniul medical și sănătate	57	0.00	0.00	0.00
	d2)	ch. de sponsorizare in domeniile educație, învățământ, social și sport, din care:	58	0.00	0.00	0.00
		- pentru cluburile sportive	59	0.00	0.00	0.00
	d3)	ch. de sponsorizare pentru alte acțiuni și activități	60	0.00	0.00	0.00
e)		cheltuieli cu transportul de bunuri și persoane	61	1.50	1.43	95.33
f)		cheltuieli de deplasare, detașare, transfer, din care:	62	2.00	0.00	0.00
		cheltuieli cu diurna (rd.63=Rd.64+Rd.65) din care:	63	2.00	0.00	0.00
		-interna	64	2.00	0.00	0.00
		-externa	65	0.00	0.00	0.00
g)		cheltuieli poștale și taxe de telecomunicații	66	35.00	32.69	93.40
h)		cheltuieli cu serviciile bancare și asimilate	67	18.00	19.30	107.22
i)		alte cheltuieli cu serviciile executate de terți, din care:	68	22.77	18.83	82.70
	i1)	cheltuieli de asigurare și pază	69	2.00	1.20	60.00
	i2)	cheltuieli privind întreținerea și funcționarea tehnicii de calcul	70	15.77	12.39	78.57
	i3)	cheltuieli cu pregătirea profesională	71	2.00	0.74	37.00
	i4)	cheltuieli cu reevaluarea imobilizărilor corporale și necorporale, din care:	72	3.00	4.50	150.00
		-aferele bunurilor de natura domeniului public	73	0.00	0.00	0.00
	i5)	cheltuieli cu prestațiile efectuate de filiale	74	0.00	0.00	0.00
	i6)	cheltuieli privind recrutarea și plasarea personalului de conducere cf. Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 109/2011	75	0.00	0.00	0.00
	i7)	cheltuieli cu anunțurile privind licitațiile și alte anunțuri	76	0.00	0.00	0.00
	j)	alte cheltuieli	77	0.00	0.00	0.00
		B Cheltuieli cu impozite, taxe și vărsăminte asimilate (Rd.78=Rd.79+Rd.80+Rd.81+Rd.82+Rd.83+Rd.84), din care:	78	234.88	235.58	100.30

a)	ch. cu taxa pt.activitatea de exploatare a resurselor minerale	79	0.00	0.00	0.00
b)	ch. cu redevența pentru concesionarea bunurilor publice și resursele minerale	80	0.00	0.00	0.00
c)	ch. cu taxa de licență	81	0.00	0.00	0.00
d)	ch. cu taxa de autorizare	82	0.00	0.00	0.00
e)	ch. cu taxa de mediu	83	0.00	0.00	0.00
f)	cheltuieli cu alte taxe și impozite	84	234.88	235.58	100.30
C. Cheltuieli cu personalul (Rd.85=Rd.86+Rd.99+Rd.103+ Rd. 112), din care:		85	3,609.40	3,617.28	100.22
C0	Cheltuieli de natură salarială (Rd.86=Rd.87+ Rd.91)	86	2,215.11	2,186.51	98.71
C1	Cheltuieli cu salariile (Rd.87=Rd.88+Rd.89+Rd.90), din care:	87	1,980.00	1,951.08	98.54
	a) salarii de bază	88	1,319.86	1,410.83	106.89
	b) sporuri, prime și alte bonificații aferente salariului de bază (conform CCM)	89	660.14	540.25	81.84
	c) alte bonificații (conform CCM)	90	0.00	0.00	0.00
C2	Bonusuri (Rd.91=Rd.92+Rd.95+Rd.96+ Rd.97+ Rd.98), din care:	91	235.11	235.43	100.14
	a) cheltuieli sociale prevăzute la art. 25 din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal*), cu modificările și completările ulterioare, din care:	92	83.23	69.69	83.73
	- tichete de creșă, cf. Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	93	0.00	0.00	0.00
	- tichete cadou pentru cheltuieli sociale potrivit Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	94	54.00	40.35	74.72
	b) tichete de masă;	95	151.88	165.74	109.13
	c) vouchere de vacanță;	96	0.00	0.00	0.00
	d) ch. privind participarea salariaților la profitul obținut în anul precedent	97	0.00	0.00	0.00
	e) alte cheltuieli conform CCM.	98	0.00	0.00	0.00
C3	Alte cheltuieli cu personalul (Rd.99=Rd.100+Rd.101 +Rd. 102), din care:	99	0.00	0.00	0.00
	a) ch. cu plățile compensatorii aferente disponibilizărilor de personal	100	0.00	0.00	0.00
	b) ch. cu drepturile salariale cuvenite în baza unor hotărâri judecătorești	101	0.00	0.00	0.00
	c) cheltuieli de natură salarială aferente restructurării, privatizării, administrator special, alte comisii și comitete	102	0.00	0.00	0.00
C4	Cheltuieli aferente contractului de mandat și a altor organe de conducere și control, comisii și comitete (Rd.103=Rd.104+Rd.107+ Rd.110+ Rd.111), din care:	103	1,058.78	1,114.86	105.30
	a) pentru directori/directorat	104	807.50	867.50	107.43

		-componenta fixă	105	538.33	578.33	107.43
		-componenta variabilă	106	269.17	289.17	107.43
		b) pentru consiliul de administrație/consiliul de supraveghere, din care:	107	251.28	247.36	98.44
		-componenta fixă	108	215.38	211.70	98.29
		-componenta variabilă	109	35.90	35.66	99.33
		c) pentru cenzori	110	0.00	0.00	0.00
		d) pentru alte comisii și comitete constituite potrivit legii	111	0.00	0.00	0.00
C5		Cheltuieli cu contribuțiile datorate de angajator	112	335.51	315.91	94.16
		D. Alte cheltuieli de exploatare (Rd.113=Rd.114+Rd.117+Rd.118+Rd.119+Rd.120+Rd.121), din care:	113	795.60	861.13	108.24
	a)	cheltuieli cu majorări și penalități (Rd.114=Rd.115+Rd.116), din care:	114	0.00	72.82	0.00
		- către bugetul general consolidat	115	0.00	3.46	0.00
		- către alți creditori	116	0.00	69.36	0.00
	b)	cheltuieli privind activele imobilizate	117	0.00	0.00	0.00
	c)	cheltuieli aferente transferurilor pentru plata personalului	118	0.00	0.00	0.00
	d)	alte cheltuieli	119	0.00	0.30	0.00
	e)	ch. cu amortizarea imobilizărilor corporale și necorporale	120	795.60	788.01	99.05
	f)	ajustări și deprecieri pentru pierdere de valoare și provizioane (Rd.121=Rd.122-Rd.125), din care:	121	0.00	0.00	0.00
	f1)	cheltuieli privind ajustările și provizioanele	122	0.00	0.00	0.00
	f1.1)	-provizioane privind participarea la profit a salariaților	123	0.00	0.00	0.00
	f1.2)	- provizioane in legatura cu contractul de mandat	124	0.00	0.00	0.00
	f2)	venituri din provizioane și ajustări pentru depreciere sau pierderi de valoare , din care:	125	0.00	0.00	0.00
	f2.1)	din anularea provizioanelor (Rd.126=Rd.127+Rd. 128+Rd.129), din care:	126	0.00	0.00	0.00
		- din participarea salariaților la profit	127	0.00	0.00	0.00
		- din deprecierea imobilizărilor corporale și a activelor circulante	128	0.00	0.00	0.00
		- venituri din alte provizioane	129	0.00	0.00	0.00
2		Cheltuieli financiare (Rd.130=Rd.131+Rd.134+Rd. 137), din care:	130	389.06	329.65	84.73
	a)	cheltuieli privind dobânzile, din care:	131	387.06	329.31	85.08
	a1)	aferente creditelor pentru investiții	132	387.06	329.31	85.08
	a2)	aferente creditelor pentru activitatea curentă	133	0.00	0.00	0.00
	b)	cheltuieli din diferențe de curs valutar, din	134	0.00	0.00	0.00

		care:					
		b1)	aferele creditelor pentru investiții	135	0.00	0.00	0.00
		b2)	aferele creditelor pentru activitatea curentă	136	0.00	0.00	0.00
		c)	alte cheltuieli financiare	137	2.00	0.34	17.00
III			REZULTATUL BRUT (profit/pierdere) (rd.138=Rd.1-Rd.28)	138	64.74	570.60	881.37

Pe capitolele Bugetului de Venituri și Cheltuieli se constată o depășire a veniturilor cu 16,64% față de prevederi și cu 9,24 % a cheltuielilor prevăzute, creșterea cheltuielilor fiind mai mică decât creșterea procentuală a veniturilor.

În cursul semestrului II al anului 2021, societatea a aplicat prevederile O.U.G. 132/2020 privind reducerea programului de lucru al angajaților, prin trecerea la programul de lucru de 4 ore/zi, 20 ore/săptămână, cu scopul reducerii cheltuielilor salariale și protecția angajaților pe termen lung. Această măsură a condus la reducerea cheltuielilor salariale cu 9,86% față de cele înregistrate la 31.12.2020. Ca urmare a aplicării prevederilor OUG 132/2020 descrise mai sus, UNIVERS T S.A. a beneficiat de subvenții în valoare de 203,81mii lei.

În luna noiembrie a anului 2021, UNIVERS T S.A. a obținut finanțarea în cadrul măsurii de sprijin pentru agenții economici care operează în ramura HORECA, drept compensație pentru scăderea activității în anul 2020 față de anul 2019. Valoarea fondurilor reprezintă 20% din scăderea cifrei de afaceri în anul 2020 față de 2019, valoarea finanțării obținute fiind de 513.981 lei. Această sumă urmează a fi încasată efectiv în decursul anului 2022.

Situația cheltuielilor se prezintă în felul următor:

- I. **Cheltuielile de exploatare** – sunt depășite cu 10.75%, structura acestora fiind următoarea:
 - A. **Cheltuieli cu bunuri și servicii.** Se înregistrează depășirea cu 36,25% a acestor cheltuieli în condițiile în care acestea sunt în relație directă cu creșterea volumului de activitate veniturilor. Astfel, creșteri semnificative se înregistrează la cheltuielile cu materiile prime, marfa (83,27%, respectiv 82,96%) și la utilități (27,85%) toate acestea fiind determinate de creșterea volumului de activitate și creșterea prețurilor de achiziție la marfă și utilități la nivel macroeconomic.
 - B. **Cheltuieli cu impozite, taxe și vărsăminte asimilate** - se încadrează în prevederi.
 - C. **Cheltuieli cu personalul** - se încadrează în prevederi.

D. **Alte cheltuieli de exploatare** – cuprind cheltuielile cu amortizarea imobilizărilor corporale și necorporale, care se încadrează în prevederi, și majorări și penalități, neprevăzute, care au determinat ca pe acest capitol să se înregistreze o depășire cu 8,24% a prevederilor bugetare.

II. **Cheltuielile financiare** – înregistrează o scădere cu 15,27% față de prevederi.

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

-lei-

Indicator economic	Prevederi (cumulat) Sem II 2021	Realizări (cumulat) Sem II 2021	%
Venituri -Restaurant	1,020,000.00	1,298,830.00	127.34
Venituri-Hotel și săli de conferință	1,490,000.00	1,540,940.00	103.42
Venituri -Cota de asociere cu SC Iulius Mall Cluj SRL	3,494,000.00	3,529,280.00	101.01
Venituri din variatia stocurilor	250,000.00	530,590.00	212.24
Subvenții	450,530.00	929,740.00	206.37
Alte venituri din exploatare	47,020.00	47,020.00	100.00
Venituri financiare	8,000.00	7,640.00	95.50
Total venituri	6,759,550.00	7,884,040.00	116.64
I. Cheltuieli de exploatare, din care:	6,290,240.00	6,983,790.00	111.03
1. Cheltuieli materiale, din care	1,623,370.00	2,221,380.00	136.84
a) cheltuieli cu materiale consumabile	355,000.00	363,200.00	102.31
b) cheltuieli cu obiectele de inventar	90,000.00	89,200.00	99.11
c) cheltuieli cu costul marfii	290,000.00	530,590.00	182.96
d) cheltuieli cu utilitățile	210,000.00	268,490.00	127.85
e) cheltuieli cu alte servicii executate de terți	388,370.00	438,410.00	112.88
f) cheltuieli cu materia prima	290,000.00	531,490.00	183.27
2. Cheltuieli cu personalul	3,609,400.00	3,617,280.00	100.22
3. Cheltuieli cu amortizarile	795,600.00	788,010.00	99.05
4. Cheltuieli de protocol	6,500.00	5,290.00	-
5. Cheltuieli de reclama și publicitate	36,000.00	43,130.00	119.81
6. Cheltuieli cu impozite, taxe, etc	234,880.00	235,580.00	100.30
7. Alte cheltuieli de exploatare	-	73,120.00	-
II. Cheltuieli financiare	389,060.00	329,650.00	84.73
Total cheltuieli	6,694,810.00	7,313,440.00	109.24
Rezultatul brut	64,740.00	570,600.00	881.37

Rezultatul brut realizat la finalul semestrului II al anului 2021 este profit în valoare de 570,60 mii lei, ceea ce reprezintă o creștere cu de 881,37% față de nivelul prevăzut de 64,74 mii lei.

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 3.360.958 lei și acoperă cheltuiala cu dobânda și rata plătite la C.E.C. Bank Cluj pentru creditul aflat în derulare.

Raportat la aceeași perioadă din anul precedent, în tabelul de mai jos sunt trecute realizările societății la nivelul semestrului II al anului 2021.

Indicatori economici	Sem II 2020	Sem II 2021	Procent (%)
	-lei-	-lei-	2021/ 2020
Venituri totale	6,535,600	7,884,040	120.63
Cifra de afaceri	5,877,974	6,305,116	107.27
Cheltuieli totale	6,996,490	7,313,440	104.53
Profit brut	-460,890	570,600	223.80

În data de 17.10.2021 au încetat contractele de mandat ale administratorilor societății și începând cu data de 18.10.2021 aceleași persoane au fost numite în calitate de administratori provizorii pentru o perioadă de 4 luni, prin Hotărârea Consiliului Județean nr. 145 din 30.09.2021 Menționăm că pentru această perioadă nu au fost prevăzute în contractele de mandat criterii și obiective de performanță.

În perioada raportată, membrii Consiliului de Administrație au desfășurat activități specifice în conformitate cu atribuțiile stabilite prin contractele de mandat, dintre care amintim:

- participarea la ședințe 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 aprobat și în Planul de investiții aprobat pentru anul în curs
- urmărirea execuției contractelor de mandat ale Directorilor societății
- asigurarea afișării pe pagina de internet a societății a documentelor și informațiilor a căror publicitate este prevăzută de OUG 109/2011
- susținerea de activități pentru implementarea și dezvoltarea continuă a Sistemului de Control Intern Managerial, cu respectarea reglementărilor Ordinului SGG nr. 600/2018.

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

Sectorul turismului global se așteaptă la pierderi de 2.000 de miliarde de dolari în acest an sub efectul restricțiilor legate de pandemia de COVID-19, a anunțat Organizația Mondială a Turismului (UNWTO), care apreciază că reluarea activităților în acest sector este lentă și fragilă.

Această estimare, vine pe fondul unor noi restricții impuse în special în Europa pentru a face față unui nou val al epidemiei și variantei Omicron, detectată pentru prima dată în Africa de Sud și care se răspândește în prezent în întreaga lume.

Ultimele evoluții arată că "situația este complet imprevizibilă" și că sectorul turismului nu este imun la pericolele care ar putea provoca "daune economice enorme", a declarat pentru AFP secretarul general al UNWTO, Zurab Pololikașvili.

Un studiu asupra comportamentului consumatorului, susținut de UNWTO, arată că: preocupările cu privire la finanțele personale și teama de a prinde virusul s-au așternut, călătoriile de agrement nu au fost o prioritate pentru majoritatea oamenilor. Consumatorii au șanse de trei ori mai mari să se teamă de a se îmbolnăvi în timp ce călătoresc decât atunci când cumpără în magazinele locale, iar călătoriile internaționale sunt considerate mai periculoase decât cele interne. În plus, peste 70% dintre consumatori consideră că este iresponsabil să călătorească până când virusul este sub control, iar peste două treimi consideră că nu merită riscul de a-și lua o vacanță până când lumea revine la un sentiment de normalitate.

În ceea ce privește strategiile de marketing și vânzări în perioada de pandemie, cea mai mare importanță o are asigurarea implementării și prezentării măsurilor anti Covid-19, menținerea relațiilor și a comunicării cu actualii și foștii clienți, precum și prezența permanentă în online.

Pe partea de impulsioneare a vânzărilor, am mers pe o traiectorie ascendentă a a discuțiilor, în special cu organizatorii de evenimente, începând de la evenimentele mari precum Untold, WonderPuck Festival, TIFF, Campionatul European de Tenis de Masă, Campionatul European de Atletism, Jazz in the Park, Folk Festival sau Food Festival. Cu toți acești organizatori am încheiat contracte de colaborare atât pe parte de cazare cât și pe parte de alimentație publică, oferindu-le pachete atrăgătoare, astfel încât să obținem un grad de

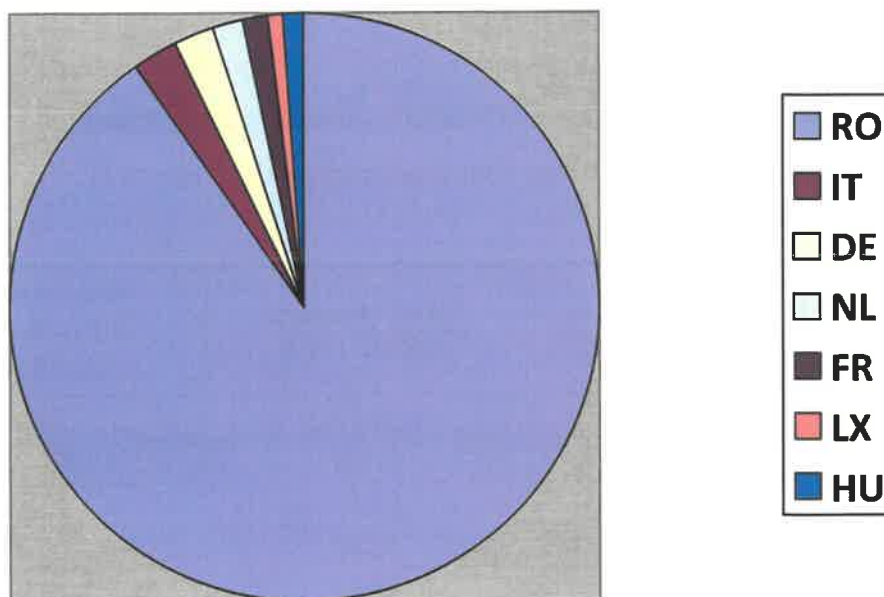
ocupare cât mai mare pe perioada acestor evenimente. În continuare, urmărim calendarul evenimentelor din Cluj-Napoca și încercăm să obținem cât mai multe informații și rezervări/contracte suplimentare pentru anul 2022.

De asemenea, am continuat vânzările prin SICAP, motor de achiziții publice, obținând organizarea unor evenimente mari din cadrul proiectelor POCA în diferite domenii de activitate, care s-au desfășurat sau se vor desfășura la Cluj-Napoca.

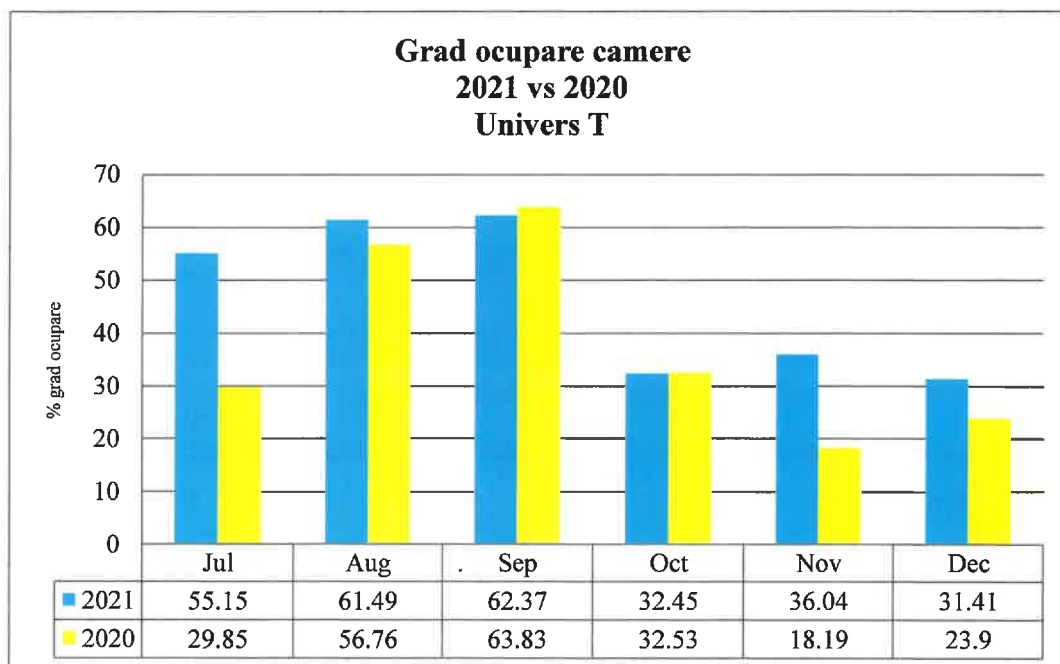
Gradul de ocupare al camerelor la Univers T

În a doua jumătate a anului 2021, Hotel Univers T a vândut un număr de 3.686 camere, cu un total înnoptări de 5.270. Din totalul înnoptărilor, au fost 762 cetățeni străini și 4.508 cetățeni români.

Majoritatea străinilor au fost din țări precum Italia (126 înnoptări), Germania (112 înnoptări) sau Olanda (89 înnoptări), dar am avut și oaspeți din India (1), China (1), Antilele Neerlandeze (1) sau Coreea de Sud (4 înnoptări).



Gradul de ocupare a camerelor pentru semestrul 2 al anului 2021 este de 46.48%, durata medie a sejurului fiind de o noapte. Comparativ, în semestrul II al anului 2020 acesta a fost de 37,51%.

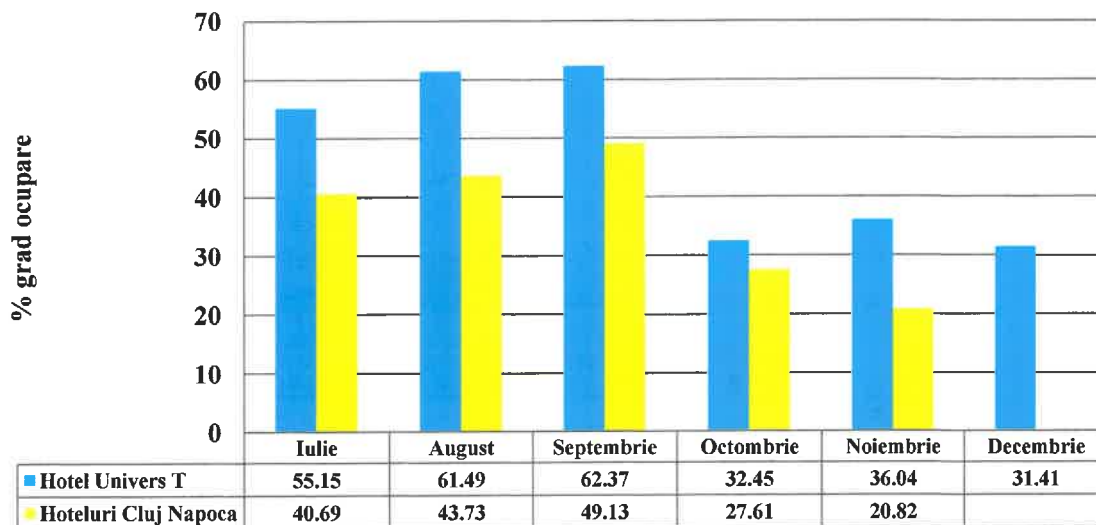


Menționăm că în calculul gradului de ocupare nu au fost luate în considerare camerele dezafectate (cele aflate în curs de renovare).

Spre comparație, în tabelul 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.

2021	Grad ocupare UNIVERS T	Grad ocupare Cluj-Napoca HOTELURI
Iulie	55.15	40.69
August	61.49	43.73
Septembrie	62.37	49.13
Octombrie	32.45	27.61
Noimbrie	36.04	20.82
Decembrie	31.41	Date indisponibile
Media	46.48	36.39

Evoluția Indicelui net de ocupare a locurilor de cazare pentru Municipiul Cluj-Napoca vs Universt T

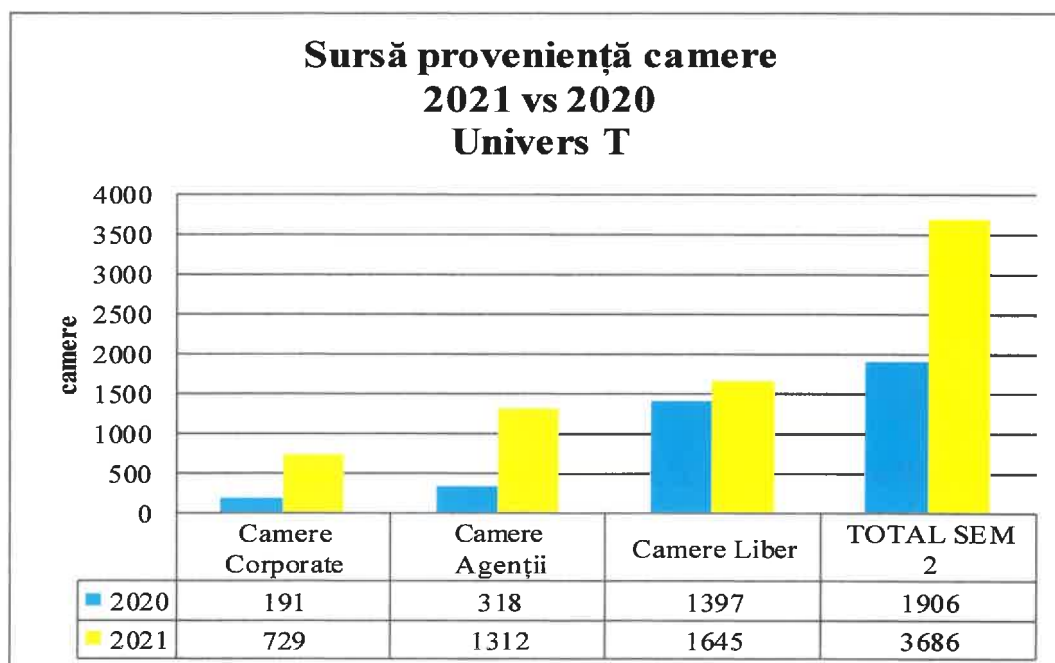
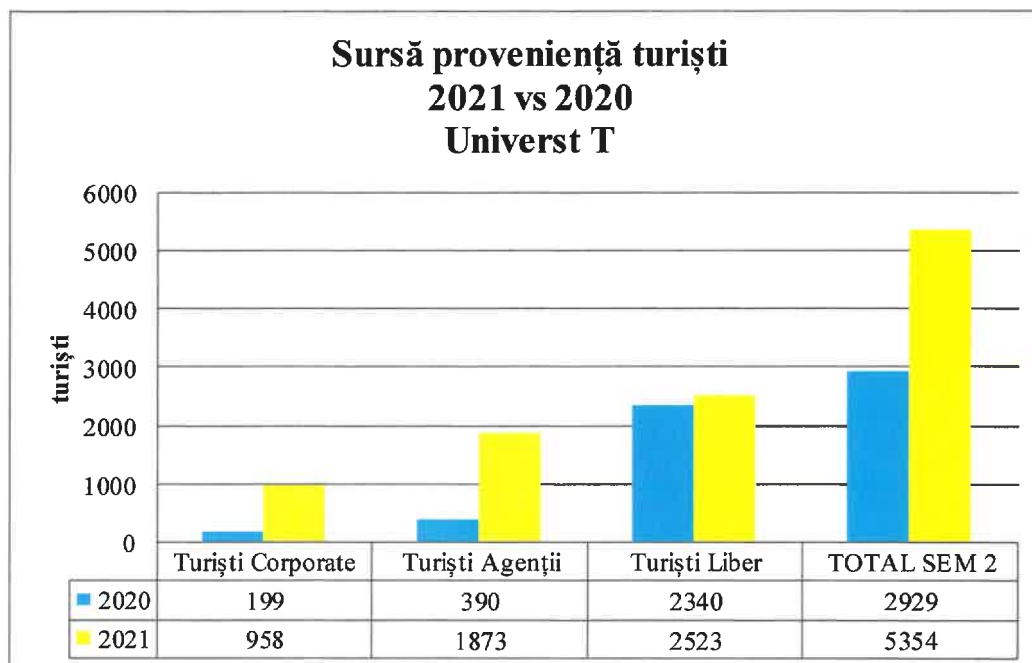


La nivelul unității de cazare a complexului Universt T, clienții care au ocupat camerele hotelului pe parcursul **celei de-a doua jumătăți a anului 2021**, au ca și sursă de proveniență:

<i>Corporate</i>		<i>Agenții + Online</i>		<i>Liber</i>		Total	
Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Total turiști	Total camere
958	729	1873	1312	2523	1645	5354	3686

Comparativ, mai jos se regăsesc datele referitoare la Sursele de proveniență a clienților Universt T, pe anul 2020:

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



La nivelul semestrului II al anului 2021, observăm o creștere a numărului de camere venite prin agențiile turistice precum și cele venite pe segment corporate, trendul acesta datorându-se politicilor contractuale ale agențiilor și aici facem referire la modalitățile de anulare cât și alte clauze aflate în beneficiul clientului.

În a doua jumătate a anului 2021, tariful mediu net pe cameră a fost de 217.01 lei, iar venitul/loc ocupat 125.41 lei.

Clienții corporate și agențiile de turism au beneficiat de tarife preferențiale, aplicate pentru fidelizarea acestora cât și pentru a păstra o relație de bună de colaborare și în această perioadă dificilă, iar începând cu luna mai tarifele de la recepție au fost majorate cu 10%.

Motorul de rezervări **Booking** a înregistrat în anul 2021 pentru hotelul nostru următoarele rezultate, conform datelor de mai jos precum și datelor din anexele la prezentul raport:

- Număr nopți rezervate, venitul pe cameră și media prețului pe cameră: în creștere față de 2020

Based on bookings in the past:

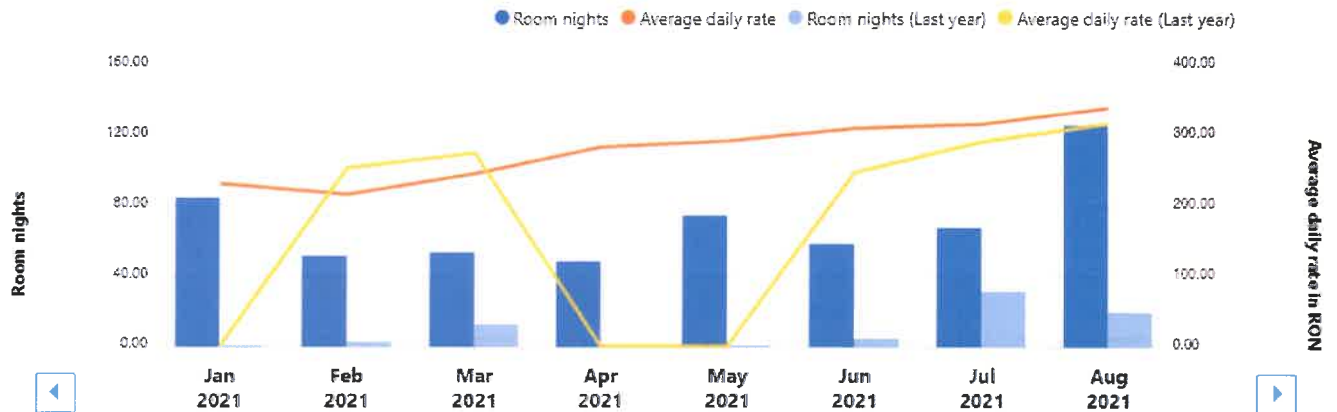
365 days ▼

Room Nights 715
Last year +216.3% ▶ 226

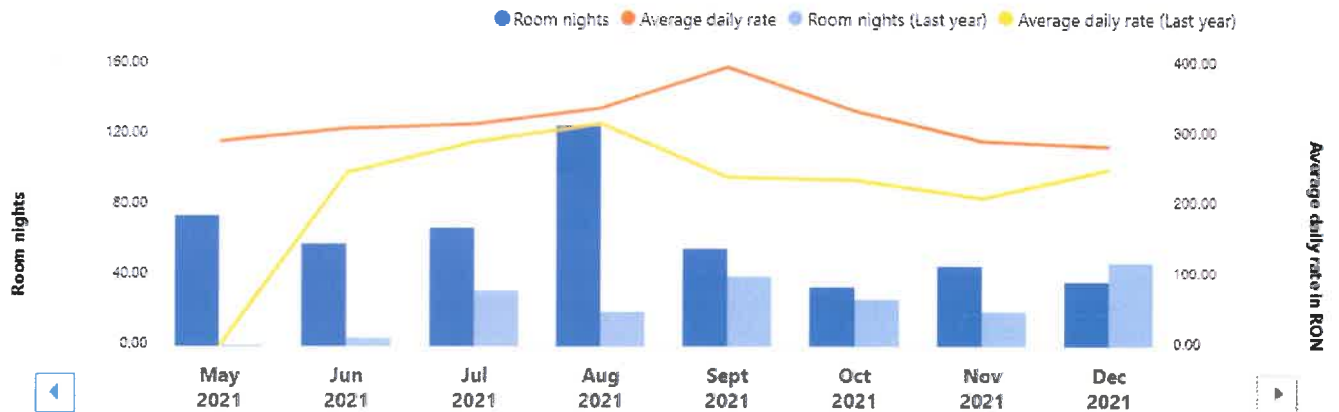
Room Revenue RON 213,315
Last year +266.2% ▶ RON 58,238

Average Daily Rate RON 298.34
Last year +15.7% ▶ RON 257.69

Room nights and average daily rate



Room nights and average daily rate

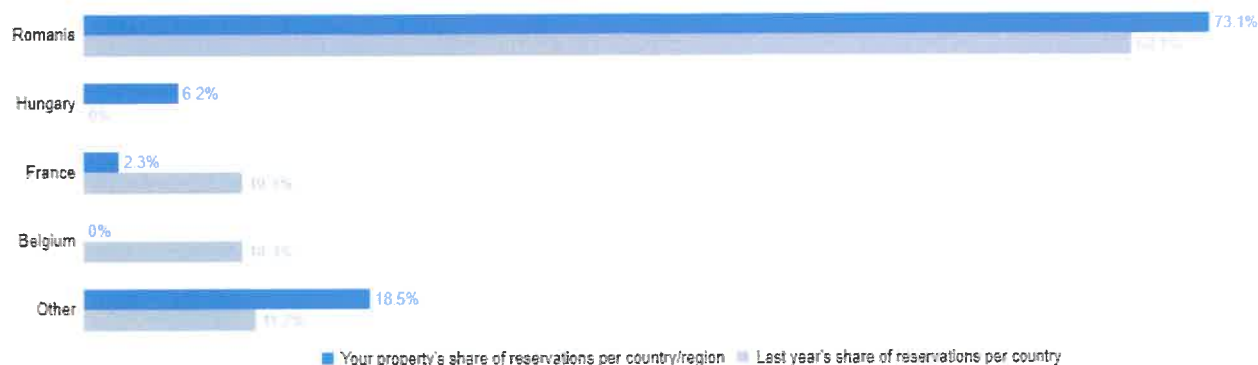


Număr total de noți cumpărate de pe booking.com și sumele totale încasate:

Breakdown by room and rate

Room/Rate plan	Room nights	Revenue (RON)
Twin Room	623	168,807.25
Standard Rate	623	168,807.25
Executive Suite	106	47,262.40
Standard Rate	101	41,487.40
UNTOLD Festival	5	5,775.00
Total	729	216,069.65

Naționalități clienți / nopți rezervate / venit mediu realizat



Country/region	Percentage of Bookings vs. last year	Avg. Daily Rate vs. last year	Avg. Length of Stay vs. last year	Cancellation Rate vs. last year	Avg. Book Window vs. last year
Overall		RON 301.21 RON 343.09	1.69 1.78	19.79 % 28.57 %	8.14 4.34
Romania	73.08 % 68.1 %	RON 298.30 RON 223.41	1.67 1.38	25 % 20.63 %	8.74 3.9
Hungary	6.15 % 0 %	RON 340.20 RON 1.1	4 0	0 % 0 %	4 0
Germany	3.08 % 3.72 %	RON 267.48 RON 252.73	2 2	0 % 75 %	13 1
China	3.08 % 0 %	RON 260.25 RON 0	2 0	0 % 0 %	9 0
Spain	3.08 % 0 %	RON 341.01 RON 0	2 0	0 % 0 %	15.5 0
France	2.31 % 10.34 %	RON 300.95 RON 362.23	1.5 4	0 % 47 %	8.5 1.97
United Kingdom	1.54 % 2.59 %	RON 306.18 RON 290.92	2 1	0 % 0 %	0 3.33
Serbia	1.54 % 0 %	RON 305.24 RON 0	1 0	0 % 0 %	6 0
Australia	1.54 % 0 %	RON 306.18 RON 0	2 0	0 % 0 %	0 0

Obs: pentru a se citi mai ușor, aceste date sunt reluate și în anexa 1 la prezentul raport.

Restaurantele Luna, Venus, Saloanele Mercur și Pandora și Centrul de Conferințe au fost și mai puternic afectate de restricțiile impuse de autorități pentru stoparea răspândirii virusului Covid-19.

Unitatea de Alimentație Publică a gazduit 83 evenimente, cu un număr total de aproximativ 4.332 persoane. Toate acestea s-au desfășurat pe parcursul lunilor Iulie, August, Septembrie și început de Octombrie, adică în lunile în care restricțiile au fost parțial ridicate.

Din cauza evoluției pandemiei, pe teritoriul Municipiului Cluj-Napoca restaurantele nu au mai avut posibilitatea să organizeze evenimente așa cum era planificat inițial. În perioada sărbătorilor de iarnă, au fost oferite clienților meniuri și platouri speciale pentru delivery și take away.

În a doua jumătate a anului 2021 evenimentele din sălile de conferințe au fost afectate în aceeași măsură ca și industria de evenimente și HORECA, însă au înregistrat o ușoară creștere față de aceeași perioadă a anului 2020, așa cum se vede în tabelul de mai jos:

	2020	2021
Total Evenimente	93	116
Total Participanți	1.280	2.285

Strategii de dezvoltare și comunicare în anul 2021

Popularizarea măsurilor de siguranță implementate

În contextul actual, clienții vor să se simtă în siguranță, iar comunicarea rămâne esențială atât cu agențiile de turism, companiile și instituțiile partenere cât și cu fiecare client în parte. Aceștia trebuie să cunoască în continuare toate serviciile pe care le oferim, dar și măsurile de siguranță luate privind respectarea regulilor de igienă în spațiile de cazare și în sălile de conferință, cât și în ceea ce privește siguranța alimentară și a personalului care deservește aceste spații.

La nivelul unității, măsurile pe care le-am pus în aplicare, precum verificarea angajaților la intrarea în tură, folosirea produselor dezinfectante cu biocide avizate, revizuirea modalităților de aprovizionare și a fluxului tehnologic de preparare, asigură clienților noștri un sejur în deplină siguranță.

Semnificația cuvântului „curățenie” este alta, acum, o „cameră curată” înseamnă pe lângă curățenia pe care oricum se așteaptă clientul să o găsească și o cameră „fără virus”.

Astfel că, și pe viitor, va trebui să continuăm să implementăm noi reguli de igienă și distanțare, să asigurăm oaspeților spațiul necesar în fiecare moment când se află pe proprietatea noastră (în cameră, restaurant, spații comune interioare sau exterioare), să gândim programe mai atractive pentru oaspeți (poate chiar pentru cei ce doresc să stea mai mult decât de obicei), să oferim condiții de rezervare și anulare cât mai flexibile, să oferim

chiar și camere “work friendly” (așa cum există conceptul de “work from home” de ceva vreme a apărut și cel de “work from hotel”), să asigurăm oaspeților conexiuni excelente la internet, să dezvoltăm și să îmbunătățim partea de room service.

În această perioadă puternic afectată de pandemie, toți clienții care ne-au trecut pragul și care doresc să revină, dar și posibii noi clienți, trebuie să fie informați privind reorganizarea activității și a spațiilor existente în conformitate cu noile cerințe privind distanțarea socială. Arătăm astfel clienților cât de serioși suntem în ceea ce privește siguranța lor și a personalului propriu.

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

Prioritizarea prezenței online, marketingul integrat în social media

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

Avem un brand puternic, recenziile au fost și sunt preponderent îmbucurătoare pentru noi și este foarte important să păstrăm o comunicare directă, empatică, corectă și clară cu clienții noștri. De acum oaspeții vor alege după alte criterii un hotel: siguranță, facilități online, acces ușor și servicii WiFi.

Un top al popularității paginii noastre de Facebook în raport cu paginile celorlalte hoteluri din Cluj-Napoca este prezentat mai jos:

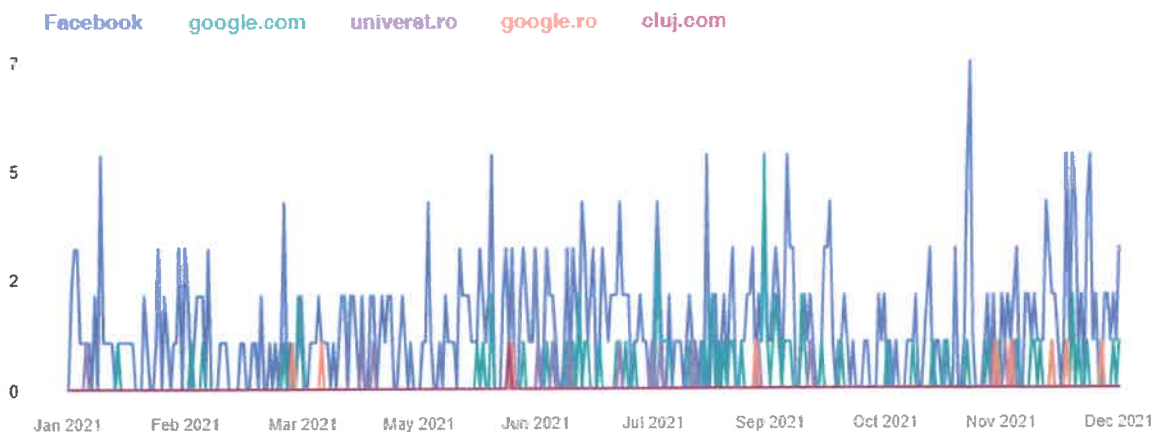
Page	Total Page Likes	From Last Week	Posts This Week	Engagement This Week
1  SunGarden Resort	33.5K	▲100%	5	5K
YOU 2  Univers T	10.7K	▲100%	5	1.7K
Keep up with the Pages you watch. Get more likes				
3  Hotel Paradis Cluj	4.2K	▲100%	0	150
4  Hotel Golden Tulip Ana ...	1.7K	▲100%	0	0
5  Grand Hotel Italia	114	▲100%	0	0
6  Hotel Royal Classic	69	▲100%	0	0

Numărul persoanelor care ne apreciază în social media este în creștere; mai jos este graficul pentru 2021, cu 10.671 de followers în acest moment.



Social media, în special Facebookul, reprezintă principala sursă de atragere de vizualizări ale produselor și serviciilor noastre. Un grafic care ne arată influența în principalele canale de online se găsește aici:

Top Sources



În perioada următoare, ne propunem să continuăm promovarea on- line și digitalizarea, cu cât mai multe experiențe contactless prin următoarele acțiuni:

- actualizarea permanentă a paginii de Internet și introducerea de noi secțiuni; video, tur virtual.
- actualizarea paginilor de Facebook și Instagram, care trebuie să arate clienților toate noutățile noastre, facilitățile hotelului, dar nu în ultimul rând faptul că sănătatea clienților este foarte importantă pentru noi.
- concentrarea asupra posturilor țargetate, a boost-urilor pe Facebook și Instagram precum și distribuiri pe grupurile de profil.
- asigurarea unei mai mari vizibilități a paginii de site, introducerea meniului din restaurant cu imagini și prețuri, a meniurilor pentru evenimente sau ofertelor speciale.
- realizarea de advertoriale și bannere în publicațiile online cu care avem contracte de publicitate.
- anunțarea ofertelor și evenimentele viitoare, evenimente naționale și evenimentele pe care le fac colaboratorii- oaspeții noștri, de exemplu competițiile sportive, concerte, spectacole în aer liber.
- organizarea, ocazional, de concursuri/ tombole, prin care să răsplătim fidelitatea fanilor din social media, să atragem clienți noi sau să îi fidelizezi pe vechii clienți.
- încercarea de a deveni mai flexibili cu spațiul hotelului/restaurantului prin organizarea de alte tipuri de evenimente (organizarea de miniconcerte în sălile de restaurant, mini expoziție cu pictură, etc).

În ceea ce privește propunerile pentru viitor, noutatea în online devine realitatea virtuală, sau VR pe scurt. Este o tehnologie care implică crearea unui mediu digital care simulează realitatea. În multe privințe, tehnologia VR este cea mai eficientă modalitate prin care clienții pot analiza un hotel înainte de a face rezervare, dovedindu-se extrem de utilă în context pandemic. Faptul că suntem lângă un parc minunat, pe marginea unui lac natural, cu camere proaspăt modernizate și cu o priveliște superbă îi va influența în alegerea acestui complex, pentru că acum oaspeții preferă să-și petreacă timpul și în aer liber. Pe lângă condițiile de cazare excelente, a spațiului de servit masa în deplină siguranță, exteriorul hotelului permite relaxarea în aer liber, într-un mediu natural .

În ceea ce privește **segmentul investițiilor**, lucrările de renovare-modernizare a camerelor de pe etajele V și VI fiind deja finalizate în anul 2020, în anul 2021 au continuat lucrările pe etajele inferioare, lucrări etapizate pe tronsoane, astfel încât să nu fie afectată activitatea hotelului în ansamblu. Astfel, în luna iunie a anului 2021 au fost deschise clienților și etajele III și IV proaspăt renovate, iar în luna decembrie au fost finalizate lucrările pe etajul I, urmând apoi în anul 2022 continuarea lucrărilor la camerele de pe etajul II, precum și la recepție și mezanin.

De asemenea, la sfârșitul anului 2021 au fost finalizate lucrările la Proiectul pentru obiectivul Lucrări de renovare - modernizare a tronsonului amfiteatru și spații anexe. După darea în folosință a amfiteatrului, complexul Univers T va oferi clienților săi un spațiu generos cu 290 de locuri, dotat la cele mai înalte standarde, un spațiu extrem de competitiv în care se pot organiza evenimente diverse (conferințe, spectacole, proiecții de film, etc). Noul amfiteatru va genera venituri suplimentare importante, directe și indirecte și va întregi oferta complexului hotelier Univers T.

PREȘEDINTE AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE
VAMAN DANIEL



Anexa la Raportul de activitate al Univers T S.A. – 2021

- Număr nopți rezervate, venitul pe cameră și media prețului pe cameră: în creștere față de 2020

Based on bookings in the past:

365 days ▼

Room Nights 715

Last year

+216.3% ▶ 226

Room Revenue RON 213,315

Last year

+266.2% ▶ RON 58,238

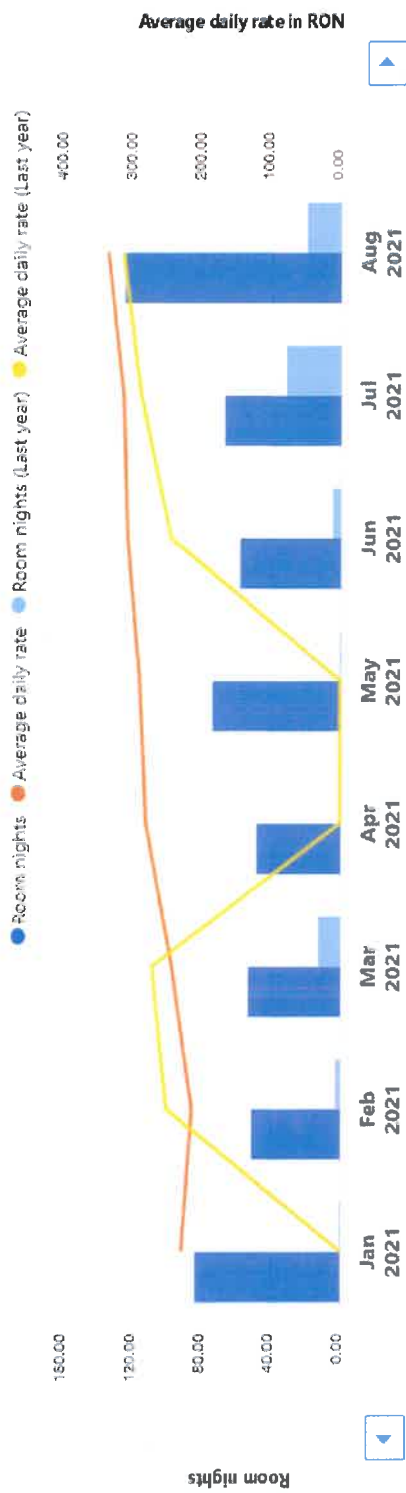
Average Daily Rate RON 298.34

Last year

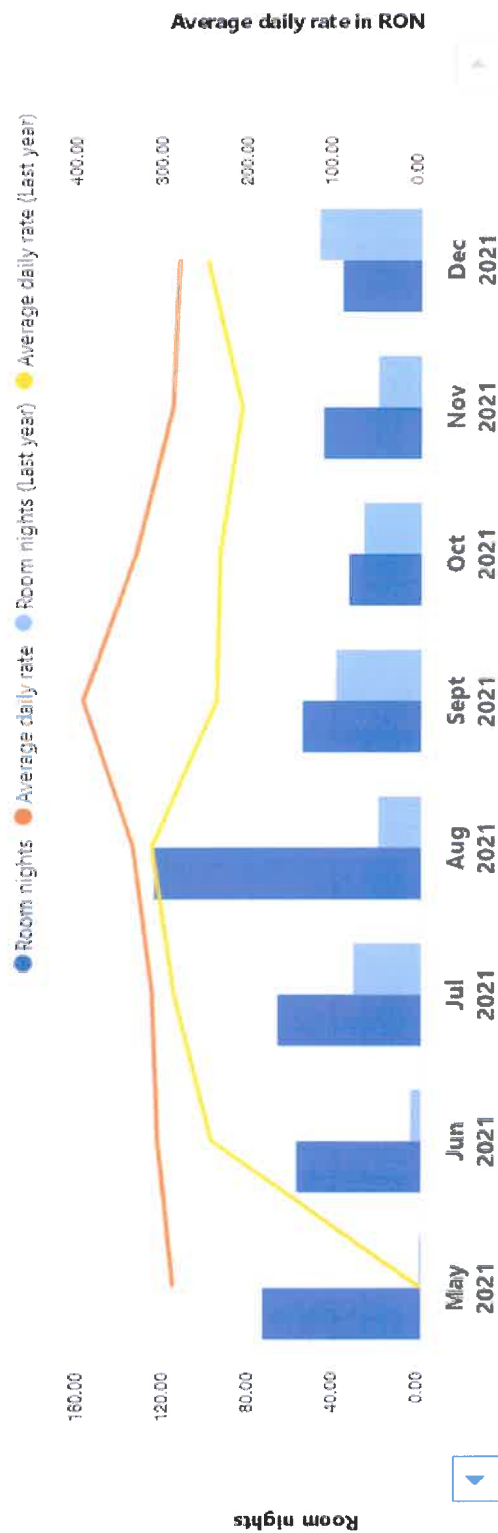
+15.7% ▶ RON 257.69

Anexa la Raportul de activitate al Univers T S.A. – 2021

Room nights and average daily rate



Room nights and average daily rate



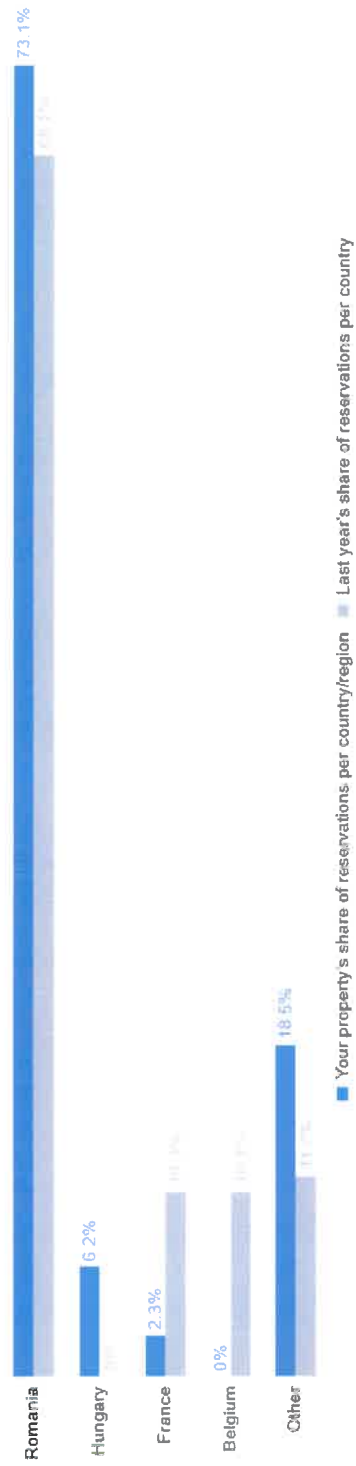
Anexa la Raportul de activitate al Univers T S.A. – 2021

Număr total de nopți cumpărate de pe booking.com și sumele totale încasate:

Breakdown by room and rate

Room/Rate plan	Room nights	Revenue (RON)
Twin Room	623	168,807.25
Standard Rate	623	168,807.25
Executive Suite	106	47,262.40
Standard Rate	101	41,487.40
UNTOLD Festival	5	5,775.00
Total	729	216,069.65

Naționalități clienți / nopți rezervate / venit mediu realizat



Anexa la Raportul de activitate al Univers T S.A. – 2021

Country/region	Percentage of Bookings vs. last year	Avg. Daily Rate vs. last year	Avg. Length of Stay vs. last year	Cancellation Rate vs. last year	Avg. Book Window vs. last year
Overall		RON 301.21 RON 243.09	1.69 1.78	19.79 % 28.57 %	8.14 4.34
Romania	73.08 % 58.1 %	RON 298.30 RON 229.41	1.67 1.58	25 % 30.63 %	8.74 3.9
Hungary	6.15 % 0 %	RON 340.20 RON 0	4 0	0 % 0 %	4 0
Germany	3.08 % 1.72 %	RON 267.48 RON 332.75	2 2	0 % 75 %	18 1
China	3.08 % 0 %	RON 260.25 RON 0	2 0	0 % 0 %	9 0
Spain	3.08 % 0 %	RON 341.01 RON 0	2 0	0 % 0 %	15.5 0
France	2.31 % 10.34 %	RON 300.95 RON 362.27	1.5 4	0 % 40 %	8.5 13.67
United Kingdom	1.54 % 2.59 %	RON 306.18 RON 290.92	2 1	0 % 0 %	0 5.33
Serbia	1.54 % 0 %	RON 305.24 RON 0	1 0	0 % 0 %	6 0
Australia	1.54 % 0 %	RON 306.18 RON 0	2 0	0 % 0 %	0 0

