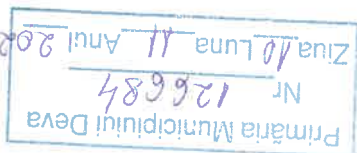


Marinel Pleşa,
Expert evaluator membru titular ANEVAR,
Specializarea EPI, EBM, EI



RAPORT DE EVALUARE

Estimare chirie de piaţă pentru închiriere panouri publicitare luminoase
de tip city light, amplasate în Municipiul Deva – zona centrală

Solicitant/client/propietar: MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PUBLIC ŞI PRIVAT
Utilizator desemnat: MUNICIPIUL DEVA
Adresa solicitant: Deva, Piaţa Unirii nr. 4, Judeţ: Hunedoara
Adresa bunuri: Municipiul Deva
Numar inregistrare Raport: 032/2025

Raportul este confidenţial, având circuit exclusiv între partile citate. Este neautorizată orice altă utilizare, publicare integrală sau fragmentată a lucrării, precum şi orice citare în alte scopuri a datelor, numerelor şi informaţiilor cuprinse, inclusiv valori. Intenţia de transmitere către terţi se comunică în scris şi nu se va realiza fără acordul scris al autorilor precum şi al partilor implicate(solicitant, client, utilizator desemnat), pentru nici un motiv în nicio circumstanţă.



Marinel Plesa,
Expert evaluator membru titular ANEVAR,
Specializarea EPI, EBM, EI

Către

Solicitant/utilizator desemnat/client: MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PUBLIC ȘI
PRIVAT

Stimați parteneri,

Ca urmare a solicitării dumneavoastră, în baza contractului de prestări servicii nr. 116668/16.10.2025 și a comenzii nr. 43/AE/17.10.2025, vă transmitem Raportul de evaluare pentru estimare chirie piață, pentru închiriere panouri publicitare luminoase de tip city light, proprietatea MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PRIVAT, situate în zona centrală a Municipiului DEVA, jud Hunedoara.

Conform contractului încheiat între evaluator și client, precum și a convenției cu utilizatorii desemnați, am procedat la analiza documentelor, inspectarea bunurilor de evaluat, prelucrarea datelor, cercetare de piață specifică și apoi la estimare de valori și redactare Raport.

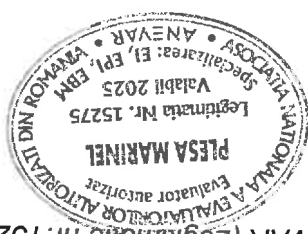
Concluziile Raportului au la bază Standardele ANEVAR și metodologia specifică. Lucrarea nu trebuie interpretată ca obligativitate a menținerii valorilor în tranzacții ci doar ca o opinie asupra valorilor estimate, urmând ca valorile, tarifele, prețurile aplicate să fie stabilite prin negociere/licitație, conform hotărârilor emise de Consiliul Local. În elaborarea lucrării au fost luați în considerare toți factorii care au influență asupra proprietății, nefiind omisă deliberat nicio informație relevantă.

Valorile estimate sunt valabile la data evaluării. Raportul este elaborat în concordanță cu condițiile economice, fiscale, juridice și politice existente la data evaluării.

Va mulțumim că ați apelat la serviciile noastre de evaluare și vă stăm la dispoziție pentru a dezvolta împreună aplicații ulterioare.

Cu stimă,

PLESA Marinel,
Evaluator Autorizat, Membru ANEVAR (Legitimatie nr. 15275)
finasdeva@gmail.com



CUPRINS

Sinteza Raportului de Evaluare	I. Termenii de referință ai evaluării
	1. Identificarea și competența evaluatorului
	2. Identificarea clientului și a oricărui alți utilizatori desemnați
	3. Scopul evaluării
	4. Identificarea activului sau a datoriei supuse evaluării
	5. Tipul valorii
	6. Data evaluării
	7. Documentarea necesară pentru elaborarea evaluării
	8. Natura și sursa informațiilor pe care se va baza evaluarea
	9. Ipoteze și ipoteze speciale
	10. Utilizarea unui specialist
	11. Factorii de mediu, social și de guvernare - ESG
	12. Restricții de utilizare, difuzare sau publicare
	13. Declararea conformității evaluării cu standardele de evaluare ANEVAR
	14. Descrierea raportului
II. Prezentarea datelor	
	1. Identificarea proprietăților subiect. Descrierea juridică
	2. Identificarea eventualelor bunuri mobile evaluate
	3. Date despre zonă, oraș, și amplasare
	4. Informații despre amplasament
	5. Descrierea construcțiilor
	6. Date privind impozitele și taxele
	7. Istoric, incluzând vânzările anterioare și ofertele sau cotațiile curente
III. Analiza pieței activelor analizate	
IV. Analiza celei mai bune utilizări	
V. Evaluare. Abordări.	
	1. Abordarea prin piață
	2. Abordarea prin cost
	3. Abordare prin venit
VI. Analiza rezultatelor și concluzia asupra valorii	

SINTEZA

Autor lucrare
Evaluator autorizat

PLEȘA MARINEL EVALUATOR ANEVAR, CIF
47490871, prin Pleșa Marinela evaluator autorizat leg.
15275, Tel: 0722288135
E-mail: finasdeva@gmail.com ;

Autorizatie/Legitimatie

Asigurare profesională

Solicitantul evaluării /

Utilizator desemnat

Adresa/Sediu:

Proprietățile evaluate

Utilități existente:

Proprietar

Amplasare panouri

Ipozeze speciale

Data evaluării

Data finalizare raport

Curs euro la data evaluării

Scopul evaluării

Estimarea chiriei de piață pentru închiriere panouri publicitare de tip city light

5,0865 lei

10.11.2025

04.11.2025.

Prezentă analiză are caracter general, fiind realizată conform solicitării, pe baza datelor de piață identificate și analizate statistic în piața specifică sub forma intervalelor minim, maxim și median ca bază analitică. Scopul acesteia este de a concluziona valori orientative, fără a reprezenta o evaluare individuală a unui imobil determinat prin număr cadastral și caracteristici specifice. Pentru determinarea valorii unui bun individual, se recomandă solicitarea unei analize dedicate, realizată în funcție de particularitățile tehnice, juridice și economice ale imobilului în cauză.

MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PRIVAT
Deva, B-dul Iuliu Maniu și B-dul Decebal

Specifice zonei.

Obiectul evaluării: - Stabilire chirii de piață pentru închiriere PANOURI PUBLICITARE LUMINOASE, de tip City Light, situate în zona centrală a Municipiului Deva, proprietatea MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PRIVAT.

Deva, Piața Unirii nr. 4, Județ: Hunedoara.

MUNICIPIUL DEVA – Activitate Economică

Legitimatie și parafă 15275, valabil până la 31.12.2025
Allianz Tiriac Asigurări SA - 10.000 EUR, valabilă până la 31.12.2025

Tipul valorii

Declararea valorii

Chiria de piață.
Chiria de piață estimată prin: abordarea prin cost

Chiria de piață:

Valoarea minimă recomandată ca preț de pornire la licitație:

- 5.850 lei/lună pentru întreaga rețea (≈ 225 lei/panou/lună)
- 70.200 lei/an, rotunjit , fără TVA

Valoarea prezentată nu conține TVA.

Cu stimă,

Pleșa Marinel,
Evaluator Autorizat, Membru ANEVAR (Legitimăție nr. 15275)

finasdeva@gmail.com



I. TERMENII DE REFERINȚĂ AI EVALUĂRII

1. Identificarea și competența evaluatorului

Lucrarea este efectuată de Evaluator Autorizat PLEȘA MARINEL, Membru Titular ANEVAR, specializat EPI, EBM, EI, posesor legitimație nr. 15275.

Subsemnatul declar că opiniile și concluziile din prezentul Raport sunt obiective și imparțiale.

Declar că nu am nici un interes actual sau de perspectivă privitor la bunurile imobile care fac obiectul acestui Raport de evaluare și decilin orice legătură sau implicare importantă cu subiectul evaluării sau cu partea care a comandat evaluarea. Remunerarea evaluatorului nu depinde de nici un acord, aranjament sau înțelegere care să-i confere acestuia sau unei persoane afiliate sau implicate cu acesta un stimul financiar pentru concluziile exprimate în evaluare.

Evaluatorul posedă toate calificările corespunzătoare, experiența și competența necesară pentru aceasta prestație; obiectivul analizei este în sfera pregătirii atestate, astfel încât nu a fost necesară o altă asistență substanțială profesională de strictă specialitate.

Prezentul Raport de evaluare a fost realizat în conformitate cu Standardele ANEVAR.

2. Identificarea clientului și a oricăror alți utilizatori desemnați

Prezentă lucrare se adresează solicitantului - MUNICIPIUL DEVA , în calitate de client și destinatar. Raportul de evaluare va fi utilizat pentru informarea clientului privind cea mai probabilă valoare de piață.

3. Scopul evaluării

Estimarea chiriei de piață pentru închiriere panouri publicitare luminoase de tip city light. Rezultatele evaluării sunt destinate informării clientului.

Prezentă evaluare nu va fi utilizată în afara contextului, sau pentru alte scopuri decât cel declarat.

4. Identificarea bunurilor supuse evaluării

Denumire: Bunurile evaluate pentru estimarea chiriei de piață sunt PANOURI PUBLICITARE LUMINOASE, de tip City Light, situate în zona centrală a Municipiului Deva, proprietatea MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PRIVAT.

Prezentă analiză are caracter general, fiind realizată conform solicitării, pe baza datelor de piață identificate și analizate statistic în piața specifică sub forma intervalelor minim, maxim și median ca bază analitică. Scopul acesteia este de a concluziona valori orientative, fără a reprezenta o evaluare individuală a unui imobil determinat prin număr cadastral și/sau alte caracteristici specifice. Pentru determinarea valorii unui bun individual, se recomandă solicitarea unei analize dedicate, realizată în funcție de particularitățile de amplasare, tehnice, juridice și economice ale imobilului în cauză.

Proprietar: MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PRIVAT.

A fost supus evaluării dreptul integral de proprietate al proprietarului asupra activelor la care se face referire. Dreptul de proprietate este considerat integral, valabil, tranzacționabil și neafectat de eventuale sarcini.

5. Tipul valorii

Se estimează Chiria de piață. Aceasta este definită ca: " Chiria de piață este suma estimată pentru care un drept asupra proprietății imobiliare ar putea fi închiriat, la data

evaluării, între un locatar hotărât și un locatar hotărât, cu clauze de închiriere adecvate, într-o tranzacție nepărținitoare, după un marketing adecvat și în care părțile au acționat fiecare în cunoștință de cauză, prudent și fără constrângere". Valoarea estimată nu va conține TVA.

6. Data evaluării:

Data inspecției: Prezentă analiză are caracter descriptiv realizată desk, fiind efectuată pe baza datelor identificate prin intermediul platformei Google Maps, în corelare cu prevederile Hotărârii Consiliului Local Deva nr. 392/2018. Aceasta nu reprezintă o evaluare individuală sau o determinare valorică a unui imobil identificat cadastral, ci oferă o perspectivă generală asupra amplasamentului și contextului urbanistic. Pentru determinări punctuale, se recomandă realizarea unei analize specifice, în conformitate cu caracteristicile tehnice și juridice ale bunului evaluat

Data evaluării: 04.11.2025

Data furnizării ultimelor documente: 16.10.2025

Data finalizării raportului: Forma scrisă a raportului a fost finalizată în 10.11.2025

7. Documentarea necesară pentru elaborarea evaluării

Evaluarea se bazează exclusiv pe informațiile și documentele furnizate de către clientul în calitate de utilizator desemnat și solicitantul subiectului analizat, împreună cu informații culese din piața specifică, fără a se întreprinde verificări sau investigații suplimentare. Cu excepția aspectelor reliefate în raport la Cap. Ipoteze speciale, nu au existat limitări sau restricții referitoare la inspecția, documentarea și analizele necesare pentru scopul declarat al evaluării.

8. Natura și sursa informațiilor pe care se va baza evaluarea

- Informațiile referitoare la dreptul de proprietate au fost furnizate de către proprietar/solicitant/client;
- Informațiile referitoare la datele de piață utilizate în evaluare au fost preluate din surse publice, site-uri specializate în anunțuri bunuri, presa locală etc.;
- Informațiile generale referitoare la rentabilitatea așteptată, prețuri, proiecte și costuri de investiții ale unor proprietăți similare au fost preluate din studiile pentru România ale unor companii multinaționale de consultanță;
- Alte informații necesare existente în bibliografia de specialitate, respectiv: Standardele de evaluare ANEVAR, valabile la data evaluării;
- Suporturi de curs și seminarii de pregătire continuă publicate de ANEVAR și IROVAL;
- Cataloage de evaluare a costurilor pentru lucrările de construcții;
- Bibliografie ANEVAR și IROVAL

Informații din mass-media aferente mișcărilor bunurilor analizate. Informația furnizată de către terți este considerată de încredere, dar nu i se acordă garanții pentru acuratețe.

9. Ipoteze și ipoteze speciale**Ipoteze:**

În realizarea raportului au fost luate în considerare următoarele aspecte care sunt general acceptate ca fapte, în mod rezonabil, în contextul evaluării, fără a fi în mod specific documentate sau verificate:

Aspecte juridice:

- Aspecte juridice și cele legate de posibilitatea de utilizare în continuare a bunurilor se bazează exclusiv pe informațiile și documentele furnizate de către client și au fost prezentate fără a se întreprinde verificări sau investigații suplimentare.
- Drepturile de proprietate au fost considerate depline, valabile și marketabile, în afara cazului în care a fost identificată sau indicată de către proprietar o neconformitate, litigiu, situație juridică atipică.

Aspecte fizico-dimensionale:

- Evaluatorul a prelucrat informațiile ipotetice dimensionale, furnizate de proprietar.

Urbanism:

- Se presupune că bunurile se vor conforma tuturor reglementărilor și restricțiilor de zonare și utilizare.

Mediu:

- Având în vedere scopul evaluării, tipul bunurilor și a valorilor estimate, nu se pune problema existenței de situații care ar putea duce la afectarea acestor valori de situații particulare cauzate de probleme de mediu.

Metodologie:

- Scopul prezentei evaluări și situația actuală a proprietăților analizate au stat la baza selecției metodelor de evaluare utilizate și a modalităților de aplicare a acestora, astfel ca valorile rezultate să conducă la estimarea cea mai probabilă a valorii în condițiile tipului valorii selectate;
- Evaluatorul consideră că premisele utilizate în aplicarea metodelor au fost rezonabile în contextul informațiilor ce sunt disponibile la data evaluării;
- Alegerea metodelor de evaluare prezentate în raport s-a efectuat ținând seama de tipul valorii și de informațiile disponibile;
- S-a presupus că legislația în vigoare se va menține și nu au fost luate în calcul eventuale modificări care pot să apară în perioada următoare.

Consultanță viitoare:

- Evaluatorul, prin natura muncii sale, nu este obligat să ofere în continuare consultanță sau să depună mărturie în instanță relativ la proprietatea în chestiune.

Alte date:

- Evaluatorul a utilizat în estimarea valorii numai informațiile pe care le-a avut la dispoziție, existând posibilitatea existenței și a altor informații de care evaluatorul nu avea cunoștință. În cazul apariției altor documente legale care să ateste alte informații decât cele utilizate de către evaluator, acesta își rezervă dreptul de a modifica prezentul raport de evaluare în concordanță cu noile informații. Evaluatorul nu își asumă nicio responsabilitate în cazul menționat anterior;
- Raportul de evaluare este valabil în condițiile economice, fiscale, juridice și politice de la data întocmirii sale.
- Valoarea estimată în prezentul raport nu reprezintă valoare de asigurare.

Ipoteze speciale:

- nu este cazul

10. Utilizarea unui specialist

Având în vedere că evaluatorul deține competențele tehnice, experiența și cunoștințele necesare pentru a efectua evaluarea în toate aspectele acesteia, nu s-a recurs la sprijinul contractual al unui specialist sau al unui furnizor extern de servicii.

11. Factorii de mediu, social și de guvernanță (ESG)

Reprezentanții cliențului nu au prezentat evaluatorului nici un aspect care să implice un impact semnificativ al factorilor ESG asupra valorilor estimate. Aplicând raționamentul profesional constatăm că elementele disponibile privind factorii ESG și mediul de reglementare al acestora nu sunt măsurabile și nu sunt considerate rezonabile de către evaluator, astfel încât nu sunt luate în considerare în evaluare.

12. Restricții de utilizare, difuzare sau publicare

Nici prezentul raport, nici părți ale sale (în special concluzii referitor la valori, identitatea evaluatorului) nu vor fi publicate sau mediatizate fără acordul prealabil al evaluatorului.

13. Declararea conformității evaluării cu standardele de evaluare ANEVAR

Evaluarea s-a realizat în concordanță cu prevederile din Standardele de evaluare ANEVAR 2025, compuse din:

Standarde Internaționale de Evaluare – SEV 2024;
SEV 100 Cadrul general al evaluării (IVS 100)
SEV 101 Termenii de referință ai evaluării (IVS 101)
SEV 102 Tipuri ale valorii (IVS 102)
SEV 103 Abordări în evaluare (IVS 103)
SEV 104 Informații și date de intrare (IVS 104)
SEV 105 Modele de evaluare (IVS 105)
SEV 106 Documentare și raportare (IVS 106)
SEV 230 Drepturi asupra proprietății imobiliare (IVS 400)
Ghidurile metodologice de evaluare:
GEV 630 - Evaluarea bunurilor imobile

14. Descrierea raportului

Lucrarea este structurată după cum urmează:

- Rezumatul faptelor principale și al concluziilor importante, certificarea evaluatorului; premisele evaluării, elemente cu caracter specific care delimitează modul de abordare al evaluării;
- Prezentarea datelor, descrierea bunurilor, situația juridică și analiza pieței specifice; Analiza datelor, analiza celei mai bune utilizări și abordările în evaluare;
- Reconcilierea rezultatelor și opinia evaluatorului, justificarea selecției valorii și opinia finală a evaluatorului asupra valorii de piață a bunului;
- Anexe, argumente suplimentare care stau la baza estimării valorii de piață a bunului, documentele de proprietate, date de piață, fotografii etc.

II. PREZENTAREA DATELOR

1. Descrierea juridică

S-a evaluat dreptul integral, al actualului titular proprietar, așa cum rezultă din informațiile prezentate de client. S-au prezentat fișele mijloacelor fixe panouri luminoase. Ele au fost edificate în anii 2015 - 2016, valorile medii de inventar de cca 10.000 lei.

În scopul declarat al prezentei evaluări, bunurile sunt considerate eliberabile, iar dreptul de proprietate este considerat deplin.

2. Identificarea eventualelor bunuri mobile evaluate

În evaluarea panourilor nu au fost luate în considerare elemente mobile.

3. Date despre zonă, oraș, vecinătăți și amplasare

Municipiul Deva este reședința județului Hunedoara și un important centru administrativ, economic și cultural din vestul României, situat strategic în zona centrală a Transilvaniei.

Descriere generală – Municipiul Deva

Municipiul Deva este un oraș de rang II, cu statut de reședință de județ, situat în partea central-vestică a României, în județul Hunedoara. Aflat pe malul stâng al râului Mureș, la intersecția unor importante axe de transport rutier și feroviar, Deva beneficiază de o poziție geografică favorabilă, fiind traversat de autostrada A1 și de calea ferată principală București–Arad.

Orașul este organizat administrativ în mai multe cartiere, printre care Micro 15, Dacia, Progresul, Gojdu și zona centrală istorică.

Profil economic și urbanistic

Deva are un profil economic mixt, cu activități în domeniul serviciilor, comerțului, administrației publice și turismului.

Zona industrială este în reconversie, iar dezvoltarea imobiliară este concentrată în zona centrală și în cartierele rezidențiale periferice. Orașul beneficiază de un Plan Urbanistic General actualizat, care reglementează dezvoltarea durabilă și echilibrată a teritoriului.

În cadrul anexelor la localizare sunt detaliate zonele A, B, C, D ale Municipiului Deva.

4. Descriere amplasamente panouri

Panourile publicitare luminoase sunt amplasate pe B-dul Iuliu Maniu (de la intersecția cu B-dul 1 Decembrie 1918, până la intersecția cu calea Zaranului) și pe B-dul Decebal (din zona Deva Mall, până la intersecția cu str. Avram Iancu), pe ambele sensuri de mers.

Utilități edilitare specifice zonei: după caz, gaze, energie electrică, apă-canal.

Acces public specific reglementat.

5. Decierea activelor

Obiectul evaluării: - Stabilire chirii de piață pentru închiriere PANOURI PUBLICITARE LUMINOASE, de tip City Light, situate în zona centrală a Municipiului Deva, proprietatea MUNICIPIUL DEVA – DOMENIUL PRIVAT.

Panourile de acest tip sunt casete publicitare iluminate din interior, urbane, pietonale, cu suprafețe de max 2mp.

Citylight este un termen folosit pentru panourile publicitare iluminate din interior, amplasate în zonele central urbane.

De obicei au dimensiuni mici (partea de expunere ex: 160cm x 110cm). Expunerea mizează pe traficul pietonal sau autovehicule care se deplasează cu viteză redusă și izibilitate de la distanță mică. Timpul de expunere pentru mesajul publicitar este de obicei îndelungat, mai ales în zonele de așteptare (semafoare, treceri de pietoni, stații de autobuz).

Costuri reduse de producție a materialului publicitar datorită dimensiunilor mici. Materialul pe care se prindează poate fi poster (hârtie) sau backlit film (varianta premium).

Pot fi montate la nivelul ochilor pentru o vizibilitate mai bună de pe trotuar sau pot fi montate pe un pilon, pentru a nu permite pietonilor să se implice activ în creația grafică (sau vandalizare).

Pentru că citirea mesajului este mai incomodă pentru pasagerii autovehiculelor care au viteză mai mare, pe principalele bulevarde se pot închiria serii de mai multe locații tip "Citylight". În acest fel, crește probabilitatea ca o mașină să se afle în dreptul unei astfel de casete luminoase în momentele de reducere a vitezei sau în momentele de așteptare în coloană.

Datorită distanței mici de la care sunt privite, casele tip Citylight sunt construite cu un nivel ridicat de finisare iar printurile se fac la rezoluție înaltă.

În ultimii ani, acest tip de panouri publicitare au o concurență serioasă, panourile de tip ecrane digitale led fiind tot mai prezente, datorită ieftinirii tehnologiei de fabricație și ușurința în utilizare, având impactul mai mare asupra publicului.





În prezent, piața este instabilă, oferta devansează în ultimii ani cererea . Se apreciază că în ultimii ani piața este o piață a cumpărătorilor, datorită în principal rigorilor crescute privind accesul la finanțări, instabilităților geo-politice cu impact în mediul economic pe toate sectoarele, atât în mediul privat cât și public.

- **Backlit**
Iluminat din interior, vizibil pe timp de noapte. Folosit în zone urbane centrale sau comerciale.
 - **Unipol**
Ideal pentru campanii de imagine.
Panou de mari dimensiuni, amplasat în zone cu trafic intens, vizibil de la distanță.
 - **Billboard(standard)**
Tipuri de panouri publicitare stradale
Pe piața de profil locală există spații publicitare de tip panouri publicitare .
7. Istoric, incluzând vânzările anterioare și ofertele sau cotațiile curente

6. Date privind impozitele și taxele – dacă este cazul
În conformitate cu prevederile legale de cod fiscal și Hotărârile Consiliilor locale, dacă este cazul.



Raport evaluare – Spațiu comercial

III. ANALIZA PIEȚEI ACTIVELOR ANALIZATE

O piață este un mediu în care se tranzacționează bunurile și serviciile, între cumpărători și vânzători, printr-un mecanism al prețului. Conceptul de piață presupune că bunurile sau serviciile se pot comercializa fără restricții între cumpărători și vânzători. Fiecare parte va reacționa la raporturile dintre cerere și ofertă și la alți factori de stabilire a prețului, precum și la propria ei înțelegere a utilității relative a bunurilor sau serviciilor și la nevoile și dorințele individuale.

Denumirea și caracteristicile pieței

- **Denumire oficială:** *Publicitate OOH (Out-of-Home)* – include toate formele de publicitate vizuală în spațiul public: panouri, mesh-uri, totemuri, ecrane digitale, mobilier urban.
- **Segmentare:** Se împarte în *OOH static* (panouri clasice, mesh-uri) și *DOOH* (Digital Out-of-Home – ecrane LED, panouri digitale programabile).

Publicitatea stradală rămâne un segment relevant în România, cu o cerere constantă din partea brandurilor locale și internaționale, dar cu provocări accentuate în contextul economic actual.

Context economic național și impact asupra pieței

România în 2025 se confruntă cu:

- Creștere economică modestă: +1,4% PIB estimat.
- Presiuni inflaționiste, deficit bugetar ridicat, instabilitate politică.
- Acces dificil la finanțare: creditele în general sunt mai restrictive.
- Scădere în tranzacții: -17% în primele luni ale anului.

Situația cererii – Cine sunt consumatorii

Principali clienți:

- Retaileri mari (Lidl, Kaufland, Dedeman)
- FMCG (Coca-Cola, PepsiCo, Unilever)
- Telecom (Orange, Vodafone, Digi)
- Automotive (Dacia, Ford, Mercedes)
- Instituții publice și ONG-uri (campanii sociale, electorale)

Tendențe:

- Cerere crescută pentru campanii locale targetate (în orașe medii ca Deva, Alba Iulia, Hunedoara)
- Integrarea cu digitalul – coduri QR, campanii cross-platform
- Campanii de awareness în zone cu trafic pietonal intens

Situația ofertei – Ce firme domină piața

Firme cu portofoliu extins de spații publicitare:

- **Eurimedia Group** – lider național, prezent în toate județele
- **Affichage România / JCDecaux** – rețea internațională, activă în orașe mari
- **Phoenix Media** – specializată în DOOH, ecrane digitale
- **TruckAds** – publicitate mobilă pe camioane LED
- **Nicolette Advertising** – activă în orașe medii și mici, cu portofoliu regional

Distribuție geografică:

- Orașele mari (București, Cluj, Timișoara, Iași) au acoperire completă
- Orașele medii (Deva, Alba Iulia) au o ofertă în creștere, dar fragmentată
- Zonele rurale și periurbane – acoperire limitată, oportunitate de extindere

Proгноze și evoluții viitoare

- **Creștere moderată:** Piața OOH din România este estimată să crească cu 2–3% anual până în 2027, în ciuda presiunilor economice.
- **Digitalizare accelerată:** Segmentul DOOH va crește cu peste 10% anual, datorită flexibilității și capacității de măsurare.
- **Integrare cu AI și date mobile:** Se preconizează utilizarea datelor de trafic și comportament pentru *targetare dinamică*.

Oportunități și riscuri

Oportunități

- **Extinderea în orașe medii și mici** – cerere locală neacoperită
- **Parteneriate public-private** – pentru mobilier urban sponsorizat
- **Campanii sociale și electorale** – cerere cíclică, predictibilă
- **DOOH + Mobile retargeting** – sinergie cu campanii digitale

Riscuri

- **Criza economică** – bugete de marketing reduse, prioritarizare digital
- **Reglementări locale** – restricții privind amplasarea panourilor
- **Supra-saturarea vizuală** – scăderea eficienței în zone aglomerate
- **Costuri ridicate de întreținere și iluminare** – în contextul scumpirii energiei

Impactul crizei economice

- **Bugete de marketing mai prudente**, cu accent pe ROI măsurabil – avantaj pentru DOOH față de OOH static
- **Reorientare spre campanii locale**, mai ieftine și cu impact direct
- **Creșterea cererii pentru panouri mobile și temporare**, mai flexibile și mai accesibile

Gradul estimat de ocupare a spațiilor publicitare stradale în județul Hunedoara (DN7, DN66, A1) este între 65% și 80%, cu variații sezoniere și diferențe între zonele urbane și rutele de tranzit.

Estimare regională – județul Hunedoara, DN7, DN66, A1

- ◆ **Zone cu grad ridicat de ocupare (75–85%)**
 - Municipiile Deva, Hunedoara, Petroșani – cerere constantă din partea comercianților locali, supermarketuri, instituții publice
 - Tronsonul DN7 Deva–Arad – panouri mari (14x4m) în zone cu trafic intens, inclusiv Vetel, Simeria, Iliia
 - Autostrada A1 (segment Iliia–Simeria) – unipoluri vizibile, folosite de branduri naționale
- ◆ **Zone cu grad mediu de ocupare (60–70%)**
 - DN66 Petroșani–Hațeg–Călan – panouri mai dispersate, cerere sezonieră (turism, campanii electorale)
 - Zone perurbane și comune de pe DN7/DN66 – grad de ocupare fluctuant, cu potențial nevalorificat
- ◆ **Zone cu grad scăzut de ocupare (<50%)**
 - Tronsonul DN76 Brad–Ștei – ofertă limitată, cerere redusă
 - Zone rurale din Valea Jiului și Mureșului – panouri rare, oportunitate pentru extindere

Firme active în zonă

- **Wizard Media** – deține panouri mari pe DN7 și A1, inclusiv în Vetel și zona Deva–Arad
- **Zebra Advertising** – oferă spații în municipiul Hunedoara și zonele urbane adiacente
- **Rețele naționale (Euromedia, Phoenix Media)** – prezente marginal, cu acoperire limitată în județ

Factori care influențează gradul de ocupare

Positivi

- Trafic rutier intens pe DN7 și A1 – atractiv pentru retail și logistică
- Campanii electorale și sociale – cerere cíclică
- Turism regional (Hațeg, Sarmizegetusa, Parâng) – interes sezonier

Negativi

- Criza economică – bugete de marketing reduse, prioritizare digital
- Reglementări locale stricte – autorizare dificilă în unele UA-T-uri
- Lipsa infrastructurii digitale (DOOH) – limitări în flexibilitate și măsurare

Proгноză 2026–2028

- Stabilitate în zonele urbane și pe DN7/A1, cu menținerea unui grad de ocupare de peste 75%
- Creștere potențială pe DN66 și în Valea Jiului, dacă se dezvoltă turismul și retailul local
- Digitalizare lentă, dar cu oportunități pentru ecrane LED în Deva și Hunedoara

Incertitudinea pieței:

În contextul economic și geopolitic actual, marcat de tensiuni internaționale persistente, reforme fiscale interne, incertitudini privind accesul la finanțare și tranziția energetică la nivel european, piața de publicitate națională și locală din municipiul Deva resimte un grad crescut de volatilitate, cu perspective influențate de evoluția dobânzilor, absorbția fondurilor europene și dinamica investițiilor publice și private preconizate pentru perioada 2025–2027.

IV. ANALIZA CELEI MAI BUNE UTILIZĂRI

Analiza de piață și analiza celei mai bune utilizări preced punerea în aplicare a abordărilor în evaluare. Analiza celei mai bune utilizări se bazează pe concluziile analizei de piață și ale analizei vandabilității.

Cea mai bună utilizare – este definită ca cea mai probabilă utilizare a proprietății, care este fizic posibilă, justificată adecvat, fezabilă financiar și care conduce la cea mai mare valoare a proprietății evaluate. În cele mai frecvente situații, cea mai bună utilizare a unei proprietăți sau a unui bun este utilizarea actuală.

Utilizarea curentă la data evaluării se presupune a fi cea mai bună utilizare dacă nu există indicații din piață sau alți factori care să conducă la concluzia că există o altă utilizare care ar maximiza valoarea bunurilor

Data fiind situația proprietății în fapt, localizarea și vecinătățile, dezvoltarea urbanistică a zonei și subpiața specifică analizată, se conturează alternativă de utilizare care îndeplinește toate testele din definiție, ca fiind cea adecvată. Concluzionând, cea mai bună utilizare a proprietății analizate, care să respecte definiția de mai sus, este utilizarea curentă, respectiv panouri destinate publicității stradale.

Nu există premise ca pe termen mediu și lung, să existe probabilitatea schimbării utilizării actuale. Se analizează segmentul cel mai probabil de cumpărători — persoane juridice și se parcurge metodologia de evaluare.

V. EVALUARE

Abordarea în evaluare se referă la metodologiile analitice general acceptate, utilizate de obicei. În unele țări, aceste abordări sunt cunoscute și sub denumirea de metode de evaluare.

Abordările de evaluare sunt:

- Abordarea prin piață
- Abordarea prin venit
- Abordarea prin costuri

Obiectivul prezentului studiu este determinarea valorii minime sustenabile a chiriei lunare de pornire la licitație pentru închirierea unei rețele de 26 de panouri publicitare de tip "City Light", amplasate pe principalele bulevarde ale municipiului.

Panourile sunt proprietatea UAT și vor fi închiriate unui operator de publicitate care va comercializa spațiile de expunere către clienți terți.

Abordarea în estimarea chiriei minime acceptabile de către UAT pentru rețeaua de panouri publicitare este o abordare mixtă piață – cost, ce include :

- analiza cost-beneficiu ce va avea în vedere acoperire costurilor UAT, respectiv amortizarea, altor costuri directe și indirecte, cât și asigurarea unui profit rezonabil;
- Analiza sustenabilității activității de operare a panourilor publicitare de către compania de publicitate, conform prețurilor medii pe piață, gradului de ocupare a zonei și rezervare a 5-10% din timpul de expunere publicitară pentru nevoile proprii de publicitate ale UAT.

ETAPA 1 – Calcul cost-beneficiu pentru proprietar (UAT)

Obiectiv: determinarea valorii minime sustenabile a chiriei, care să acopere investiția, costurile de exploatare și să asigure un profit minim rezonabil de 25% aplicat la cost.

Condiții de utilizare considerate :

- UAT asigură energia electrică pentru iluminare și reparațiile capitale (înlocuire geamuri, repararea elementelor deteriorate în exploatare)

Elemente de calcul, ipoteze:

- Investiție / panou: aprox **10.000 lei** – conform datelor preluate din contabilitate
- Durata de amortizare: **8 ani** – medie prognostată
- Iluminare: **4 tuburi LED × 15 W = 60 W/panou**
- Program funcționare: **12 ore/noapte**
- Preț energie: **1,20 lei/kWh** (surse: Hidroelectrică, PC — plaje 1,07–1,38 lei/kWh)
- Întreținere medie: **50 lei/lună/panou**
- Profit minim UAT: **25% - aplicat la total costuri**
- Număr panouri: **26 buc.**

Calcul:

- Amortizare lunară: $10.000 / 96 \text{ luni} = 104,17 \text{ lei}$
- Energie consumată: $0,06 \text{ kW} \times 12 \text{ h} \times 30 \text{ z} = 21,6 \text{ kWh} \times 1,2 = 25,92 \text{ lei/lună}$
- Alte costuri (asigurare, reparații curente - capitale, etc.): **50 lei/lună**

• Total cost lunar: 180,09 lei

• +25% profit = 225,11 lei/lună/panou

• Total rețea: 5.852,86 lei/lună (=70.234,32 lei/an)

Rezultat Etapa 1:

Valoarea minimă acceptabilă a chiriei lunare, care acoperă costurile și profitul minim al UAT, este ~225 lei/panou/lună, respectiv 5.850 lei/lună pentru întreaga rețea.

ETAPA 2 – Calcul de sustenabilitate pentru operatorul de publicitate

Scop: verificarea dacă chiria cerută de UAT este suportabilă pentru compania care exploatează panourile, ținând cont de:

- gradul de ocupare (vânzare efectivă a spațiilor publicitare),
- costuri de operare (print, montaj, logistică ~250 lei/lună/panou),
- marja comercială 20%,
- rezervarea de 5–10% din timp pentru utilizarea de către UAT (afișări publice).

- Contractul de închiriere - minim 5 ani
- Contractul vizează închirierea integrală a rețelei de 26 panouri pentru creerea monopolului temporar necesar acoperirii riscurilor legate de modificarea gradului de ocupare și asigurare a targhetării de branduri importante în exploatarea panourilor.

Rezultate (rezervă 5–10%):

Rezervă timp UAT	Ocupare comercială	Ocupare efectivă	Venit necesar operator (lei/lună/panou)
5%	40%	38%	1.004 lei
5%	60%	57%	777 lei
5%	80%	76%	670 lei
10%	40%	36%	1.050 lei
10%	60%	54%	812 lei
10%	80%	72%	694 lei

Interpretare:

Chiar și cu 10% timp rezervat pentru UAT, operatorul poate funcționa sustenabil dacă gradul de ocupare comercială depășește 60% (pentru Deva, estimat la nivel 75%-85%). Tarifele de vânzare către clienții finali (600–850 lei/lună/panou) sunt în limitele pieței outdoor pentru orașe medii.

Referințe piață:



Informații utile privind expunerea de reclame pe City Light-uri STB S.A.

STB S.A. deține peste 808 de adăposturi modulare, care acoperă un număr de 538 stații modernizate de autobuz / troleibuz. Numărul de adăposturi amplasate într-o stație variază între 1 și 4 module, în funcție de numărul de linii care opresc în stația respectivă.

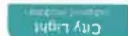
Spațiile destinate afișajului publicitar de pe city light-uri sunt parte integrantă din peisajul urban actual, fiind considerate componente de calitate ale publicității outdoor. Localizate în câmpul vizual al călătorului, în stațiile de autobuz, aceste spații pentru expunere de reclame constituie mijloace de comunicare remarcabile și de efect.

Publicitatea outdoor oferă, prin intermediul acestor formate, beneficii pe care alte mijloace de promovare nu le pot oferi:

- ✓ Timp îndelungat de expunere pentru pietoni/călători;
- ✓ Panourile atrag atenția prin culorile vii și creativitate și nu îndură activitatea călătorilor;
- ✓ Timpul de expunere de 24 h pe zi, șapte zile pe săptămână asigură repetarea expunerii la mesaj, care este extern de necesar pentru campanii ce vizează creșterea notorietății unui produs sau brand.

Tarifele sunt exprimate în euro, reprezintă chiriul/lună/suport publicitar și nu conțin TVA.

CITY LIGHT-URI AFILATE ÎN ADĂPOSTURILE MODULARE	
Timp suport	
Tarif	



CONCLUZII

1. Valoarea minimă recomandată ca preț de pornire la licitație:

- 5.850 lei/lună pentru întreaga rețea (≈ 225 lei/panou/lună)
- 70.200 lei/an, rotunjit, fără TVA

2. Nivelul este sustenabil pentru operatorii dacă gradul de ocupare depășește 50-60% și rămâne în limitele tarifelor comerciale practicate pe piață.

3. Contractul trebuie să includă clauza:

„Operatorul va asigura UAT un procent de 5-10% din timpul total de afișare, destinat informațiilor publice și evenimentelor municipale, fără perceperea de costuri suplimentare.”

4. Se recomandă indexarea anuală a chiriei (CPI sau curs EUR), durată contractuală de min. 5 ani și posibilitatea de revizuire după 2 ani.

VI. ANALIZA REZULTATELOR ȘI CONCLUZIA ASUPRA VALORII

Evaluatorul analizează rezultatele obținute în urma aplicării abordărilor de evaluare pentru a ajunge la estimarea valorii finale, recapitulează întreg procesul de evaluare și se asigură că datele obținute, analizele efectuate, raționamentul și logica aplicate au condus la judecăți consecutive.

Criteriile prin care se ajunge la estimarea valorii finale sunt:

- **Adecvarea** fiecărei abordări la tipul de proprietate și scopul evaluării
- **Precizia** rezultatelor obținute prin fiecare metodă aplicată
- **Canitatea și calitatea informațiilor** disponibile pentru fiecare abordare

Concluzionând, evaluatorul apreciază că valoarea estimată în cadrul abordării prin cost și piață, reprezintă valoarea minimă de începere a licitației publice pentru închirierea rețelei de panouri publicitare luminoase de tip city light.

Valoarea minimă recomandată ca preț de pornire la licitație:

- **5.850 lei/lună** pentru întreaga rețea (≈ 225 lei/panou/lună)
- **70.200 lei/an**, rotunjit , fără TVA

Valoarea prezentată nu conține TVA.

Cu stimă,

Pleșa Marinel,
Evaluator Autorizat, Membru ANEVAR (Legitimatie nr. 15275)
finasdeva@gmail.com

