



Nr 16329 din 11-2021
Ind.dos.:II/G/1

ROMANIA
JUDETUL COVASNA
PRIMARIA ORAȘULUI COVASNA



REFERAT DE APROBARE
privind vanzarea prin licitatie publica a unui panou publicitar din
domeniul privat al orasului Covasna si scoaterea lui din patrimoniu

Prezentul referat de aprobare este elaborat in conformitate cu prevederile art. 6 alin. (3) si art. 30 alin. (1) lit. c) si alin. (2) din Legea nr. 24/2000 privind normele de tehnica legislativa pentru elaborarea actelor normative, republicata, cu modificarile si completarile ulterioare, reprezentand instrumentul de prezentare si motivare a proiectului de hotarare.

Baza legala a proiectului de hotarare privind vanzarea prin licitatie publica a unui panou publicitar din domeniul privat al orasului Covasna si scoaterea lui din patrimoniu supus aprobarii o constituie prevederile ORDONANȚEI DE URGENȚĂ nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ:

Art. 87 alin.(5) Autoritățile administrației publice locale administrează sau, după caz, dispun de resursele financiare, precum și de bunurile proprietate publică sau privată ale unităților administrativ-teritoriale, în conformitate cu principiul autonomiei locale.

Art. 108 Consiliile locale și consiliile județene hotărăsc, în condițiile prevăzute în partea a V-a a prezentului cod, ca bunurile ce aparțin domeniului public sau privat, local sau județean, după caz, să fie:

- a) date în administrarea instituțiilor publice și regiilor autonome din subordinea unității administrative teritoriale care le are în proprietate;
- b) concesionate;
- c) închiriate;
- d) date în folosință gratuită instituțiilor de utilitate publică;
- e) valorificate prin alte modalități prevăzute de lege.”

In conformitate cu prevederile:

-art. 129, alin (2) din OUG 57/3 iulie 2019 privind Codul administrativ al Romaniei: Consiliul local are urmatoarele atributii: c)atribuții privind administrarea domeniului public și privat al comunei, orașului sau municipiului

Motivele emiterii actului administrativ:

Avand in vedere faptul ca un panou publicitar inscriptionat cu mesajul "Fabrica de zahar Bod", societate aflata in insolventa, este amplasat pe domeniul public al orasului, acesta avand mesajul publicitar deteriorat, neingrijit, si poate prezenta un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme, care sa poata genera consecinte grave: pierderi de vieti omenesti, vatamare grava a integritatii corporale, distrugerea totala sau partiala a unor bunuri ori alte pericole, am inaintat o adresa catre Lichidatorul judiciar al Fabricii de zahar Bod SA-CENTU SPRL, sa recurga la desfiintarea panoului publicitar si a structurii metalice de sustinere a acestuia si la indepartarea de pe domeniul public al Orasului Covasna, deoarece in perioada 2011 si pana in prezent, Fabrica de zahar Bod SA nu a incheiat un contract de inchiriere/concesiune cu Primaria Orasului Covasna pentru terenul pe care este asamblat acest panou publicitar.

Raspunsul lichidatorului judiciar CENTU SPRL la solicitarea noastra a fost ca nu a identificat in evidenta contabila a Societatii acest bun, ca urmare nu va proceda la desfiintarea/demontarea structurii metalice a panoului publicitar, ramanand la latitudinea Orasului indepartarea acestuia de pe domeniul public.

Prin procesul verbal inregistrat la Primaria Orasului Covasna cu numarul 8540/16.07.2021, am inclus in patrimoniul Orasului acest bun abandonat/fara stapan, inregistrandu-se in inventarul domeniului privat al orasului Covasna, cu scopul de a-l valorifica ulterior.

Avand in vedere:

Prevederile ORDONANȚEI DE URGENȚĂ nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ:

Art. 87 alin.(5) Autoritățile administrației publice locale administrează sau, după caz, dispun de resursele financiare, precum și de bunurile proprietate publică sau privată ale unităților administrativ-teritoriale, în conformitate cu principiul autonomiei locale.

Art. 354 alin.(1) Domeniul privat al statului sau al unităților administrativ-teritoriale este alcătuit din bunuri aflate în proprietatea lor și care nu fac parte din domeniul public.

alin.(2) Asupra acestor bunuri, statul sau unitățile administrativ-teritoriale au drept de proprietate privată.

In conformitate cu prevederile Noului Cod Civil:

Art. 557

(1) Dreptul de proprietate se poate dobândi, în condițiile legii, prin convenție, moștenire legală sau testamentară, accesiune, uzucapiune, ca efect al posesiei de bună-credință în cazul bunurilor mobile și al fructelor, prin ocupațiune, tradițiune, precum și prin hotărâre judecătorească, atunci când ea este translativă de proprietate prin ea însăși.

(2) În cazurile prevăzute de lege, proprietatea se poate dobândi prin efectul unui act administrativ.

Art. 562 alin. (2) -abandonarea bunului mobil este o cauză de stingere a dreptului de proprietate asupra acestuia. Abandonarea este o acțiune voluntară a proprietarului, făcută cu intenția de a se desista de bun. Ea deschide calea spre dobândirea dreptului de proprietate prin ocupațiune pentru un alt posesor.

Art 941

(1)-Posesorul unui lucru mobil care nu aparține nimănui devine proprietarul acestuia, prin ocupațiune, de la data intrării în posesie, însă numai dacă aceasta se face în condițiile legii.

(2)- Sunt lucruri fără stăpân bunurile mobile abandonate, precum și bunurile care, prin natura lor, nu au un proprietar, cum sunt animalele sălbatice, peștele și resursele acvatice vii din bazinele piscicole naturale, fructele de pădure, ciupercile comestibile din flora spontană, plantele medicinale și aromatice și altele asemenea.

Art. 944

Vânzarea bunului găsit:

Dacă, datorită împrejurărilor sau naturii bunului, păstrarea sa tinde să îi diminueze valoarea ori devine prea costisitoare, el va fi vândut prin licitație publică, conform legii. În acest caz, drepturile și obligațiile legate de bun se vor exercita în legătură cu prețul obținut în urma vânzării.

Avand in vedere aceste aspecte,

Raportat la:

- necesitatea administrării eficiente și eficace a bunurilor din patrimoniul orasului Covasna
- atragerea de venituri la bugetul propriu,

Propun

valorificarea Panoului publicitar si a structurii metalice de sustinere a acestuia si indepartarea acestuia de pe domeniul public al Orasului Covasna, prin scoaterea la licitatie publica deschisa, deoarece acesta prezinta un pericol din cauza degradarii acestuia.

Conform raportului de expertiza tehnica(evaluare), intocmit de catre evaluator autorizat Gáspár Kitti PFA, nr. inregistrare 15850/20.10.2021, valoarea de piata a panoului publicitar impreuna cu structura de sustinere a acestuia este de 1.112 euro, respectiv 5.500 lei, acesta fiind si pretul de pornire al licitatiei. La pretul de adjudecare al bunului se va adauga si pretul evaluarii acestuia, in cuantum de 800 lei.

Tinand cont de cele de mai sus, apreciez ca fiind justificată soluția vanzarii prin licitație publică deschisa a panoului publicitar sus mentionat.

Avand in vedere cele expuse, **PROPUN** spre dezbaterea si aprobarea Consiliului Local al orasului Covasna, proiectul de hotarare privind vanzarea prin licitatie publica a unui panou publicitar din domeniul privat al orasului Covasna si scoaterea lui din patrimoniu.

Primar,
Gyerő József





Nr 16321 / 01.11.2021
Ind.dos.:II/G/1



PROIECT DE HOTĂRÂRE NR. 1/2021
privind vanzarea prin licitatie publica a unui panou publicitar din
domeniul privat al orasului Covasna si scoaterea lui din patrimoniu

Consiliul local al oraşului Covasna, întrunit în şedinţa ordinară din data de _____ şedinţa
legal constituită, fiind prezentă majoritatea consilierilor în funcţie ().

Analizând referatul de aprobare al primarului, raportul compartimentului de specialitate, avizul comisiilor de specialitate: juridică, de administrare a domeniului public și privat, pentru turism și pentru sport, precum și avizul de legalitate al secretarului Orașului Covasna,

În conformitate cu prevederile:

-Art. 87 alin.(5), Art. 108, art. 339 alin.(1), art. 354 alin. (1) si (2) , art. 363 alin. (7) din ORDONANȚA DE URGENȚĂ nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ:.

- Art. 557; Art. 562 alin. (2); Art 941 alin. (1) si (2); Art. 944 din Noul Cod Civil

-Legea 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică – republicată,

În baza:

-art. 129 alin. (2) lit. c), alin. (6) lit. b), art. 136, alin. (1), art. 139, alin. (1), alin. (3) lit. g si ale art. 196 alin. (1), lit. a) si art. 243 alin. (1) lit. a) din ”- ORDONANȚĂ DE URGENȚĂ nr. 57/ 2019 privind Codul administrativ

Cu votul “pentru” a ____ consilieri, “împotriva” a ____ consilieri și “abțineri” a ____ consilieri.

Hotărâște:

Art. 1- Se însușește raportul de expertiză tehnică (evaluare), întocmit de către evaluator autorizat Gáspár Kitti PFA, nr. înregistrare 15850/20.10.202, conform Anexei 1 la prezenta.

Art. 2- Se aprobă Documentația de atribuire, conform Anexei 2 la prezenta hotărâre.

Art. 3 – (1) Se aprobă vânzarea prin licitație publică deschisă a panoului publicitar împreună cu structura de susținere a acestuia, aflat în proprietatea privată a orașului Covasna, și scoaterea lui din patrimoniu.

- **(2)** Răspunderea juridică privind corectitudinea stabilirii prețului prevăzut în raportul de evaluare revine exclusiv evaluatorului care a întocmit respectivul raport de evaluare.

Art. 4 - (1) Prețul de pornire al licitației este de 1.112 euro, respectiv 5.500 lei, curs de schimb la data evaluării, conform raportului de expertiză tehnică.

(2) Cheltuielile privind evaluarea bunului de către expertul evaluator, în suma de 800 lei vor fi suportate de către cumparator.

Art. 5 - Prețul pentru obținerea Documentației de atribuire se stabilește în cuantum de 30 lei.

Art. 6- Garanția de participare la licitație este de 550 lei, reprezentând 10% din prețul de începere al licitației.

Art. 7- Cu aducerea la îndeplinire a prezentei se va ocupa Primarul orașului și aparatul de specialitate

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ,

**Contrasemnează,
SECRETAR GENERAL
AL ORASULUI COVASNA,**

VASILICA ENEA

ANEXA 1

PRIMĂRIA ORĂȘULUI
COVASNA
Nr. 15.850
ziua 20 luna 10 anul 2021

GÁSPÁR KITTI - P.F.A.

EXPERT TEHNIC JUDICIAR, EVALUATOR AUTORIZAT ANEVAR

C.U.I.; 31185278, Nr. ORC/an : F14/38/05.02.2013

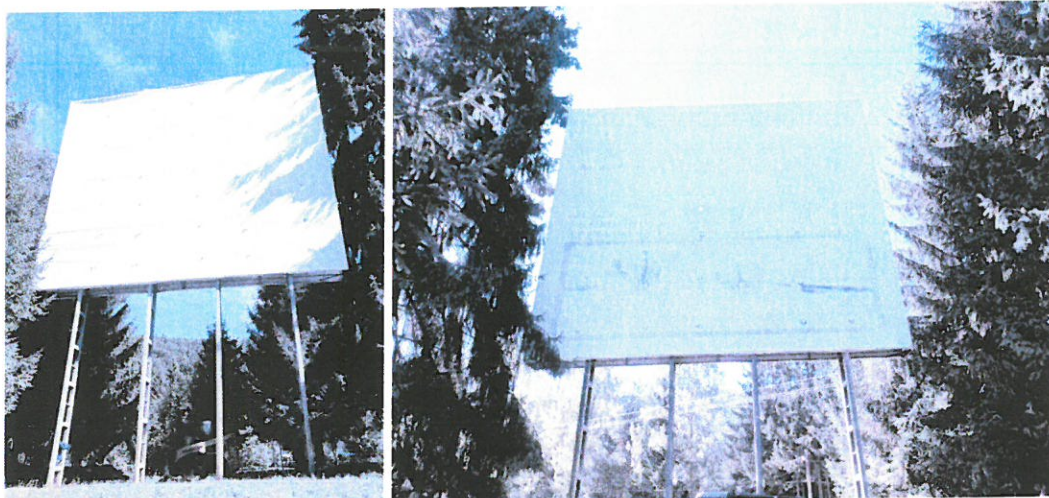
Adresa: Sfântu Gheorghe, Bd. Gen. Grigore Bălan Nr. 53, Bl. 9/C/13

Telefon: 0745 - 259006; Fax: 0267- 321585; E-Mail: kittigaspar@yahoo.ro

Cont bancar : RO43INGB0000999900769735

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE NR. 29/15.10.2021

OBIECTUL EVALUAT: Panou publicitar pe structura metalică, tip "outdoor"



CLIENT (Utilizatorul desemnat): U.A.T. Covasna

Destinatar: U.A.T. Covasna

SCOPUL EVALUĂRII: Valorificare prin vânzare

EVALUATOR: Gáspár Kitty

DATA EVALUĂRII: 09.09.2021

**EVALUATOR
Gáspár Kitty**



PARTEA 1 – SINTEZA EVALUĂRII

Numele clientului: U.A.T. orașul Covasna, CUI 4404613

Data evaluării: 9 septembrie 2021

Tipul proprietății: **Panou publicitar** de tip outdoor nr. inventar 250

Proprietar: orașul Covasna

Scopul evaluării: Valorificare prin vânzare

Tipul valorii estimate: Valoarea de piață

Data de referință a evaluării: 9 septembrie 2021

Data inspecției: 9 septembrie 2021

Data raportului: 15 octombrie 2021

Lista actelor de proprietate

- act de dobândire: Proces verbal nr. 8540/16.07.2021
- Fișa mijlocului fix

Descriere bun:

Panou publicitar

Panou publicitar de tip outdoor.

Unipolurile sunt panouri publicitare de mari dimensiuni, amplasate pe drumurile nationale, autostrazi, intrari-iesiri orase, care se adreseaza traficului auto si cu ajutorul carora imaginea clientilor devine foarte vizibila. Acestea au doua fete de expunere, cate una pentru fiecare sens de mers, suporta implementarea de proiecte speciale si pot fi illuminate sau neiluminate, cu dimensiuni de genul: 8x3m, 8x4m, 8x9m, 10x4m, 12x4m, 14x4m etc. Posterele care se afiseaza pe acest gen de panouri, pot fi realizate din mai multe tipuri de material, cum ar fi: hartie blueback, autocolant, frontlit.

Panoul publicitat evaluat are structura metalică pe 4 stâlpi metalici, posibilitate de afișare pe ambele părți, dimensiuni mari cca 50 mp, forma aproape pătrată.

Starea tehnică este satisfăcătoare, dar fiind neutilizat de mai mult timp (fără mentenanță) poate prezenta un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme etc.

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Situația/utilizarea actuală a bunului:

Bunul a fost abandonat pe teritoriul orașului Covasna, neutilizat de mai mult timp.

Metode de evaluare:

Având în vedere tipul bunului, panou publicitar outdoor, abordarea prin piață (comparații) nu s-a putut aplica din păcate, negăsind suficiente date de piață pentru comparabile similare, panouri publicitare similare oferite spre vânzare în stare de second hand. Deși piața închirierilor panourilor publicitare este activă, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată întrucât anunțurile de închiriere se referă nu numai la prețul de închiriere al panourilor publicitare ci și asupra terenurilor pe care acestea sunt amplasate. Întrucât alocarea prețului de închiriere separat pe teren și panoul publicitar propriu-zis este aproape imposibilă, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată. În aceste condiții s-a putut aplica doar abordarea prin cost, abordarea prin comparații și cea prin venit nefiind relevante. Totuși în Anexa 4 este prezentat un extras din analiza de piață, câteva oferte de vânzare de panouri second-hand (deși pentru alte tipuri) și oferte de închiriere pentru a ajusta cititorul să-și formeze o idee despre această piață a publicității outdoor.

Ipoteze speciale:

Nu sunt

OPINIA EVALUATORULUI PRIVIND VALOAREA DE PIAȚĂ

	Valoarea de piață (LEI)	Echiv. EUR
Panou publicitar nr. inventar 250	5.500 LEI	1.112 EUR

NOTĂ: Valoarea nu conține TVA

Cursul de schimb mediu LEI / EUR considerat este de 4,9479 valabil la data evaluării: 09.09.2021

Argumentele care au stat la baza elaborării acestei opinii precum și considerentele avute în vedere la determinarea acestei valori sunt:

- ❖ Valorile estimate sunt valabile numai în baza ipotezelor generale și speciale prezentate în raport și a celorlalte aspecte legate de risc, prezentate pe parcurs; Estimările sunt valori de piață, conform definițiilor menționate pe parcurs.
- ❖ A fost evaluat întregul drept de proprietate considerat valabil, transferabil și considerată liberă de orice fel de sarcini.
- ❖ Valoarea reprezintă opinia evaluatorului privind valoarea de piață;
- ❖ Valoarea este o predicție;
- Prezentul raport a fost realizat prin respectarea recomandărilor „Codului de Etică al profesiei de evaluator autorizat” și se supune „Standardelor de Evaluare a Bunurilor”, poate fi expertizat (la cerere, cu acordul scris și prealabil al evaluatorului) și verificat, în conformitate cu „Standardele de Evaluare a Bunurilor” în speță SEV 400 „Verificarea evaluărilor”.

EVALUATOR: ec. GĂSPĂR KITTİ



CUPRINS

PARTEA 1 – SINTEZA EVALUĂRII

PARTEA 2 – TERMENII DE REFERINȚĂ AI EVALUĂRII

- 2.1. Identificarea și competența evaluatorului
- 2.2. Identificarea clientului și a oricăror alți utilizatori desemnați
- 2.3. Scopul evaluării
- 2.4. Identificarea activului supus evaluării
- 2.5. Drepturile de proprietate evaluate
- 2.6. Tipul valorii estimate
- 2.7. Data evaluării
- 2.8. Moneda raportului
- 2.9. Data inspecției
- 2.10. Documentația necesară pentru efectuarea evaluării
- 2.11. Natura și sursa informațiilor utilizate pe care s-a bazat evaluarea
- 2.12. Ipoteze semnificative și ipoteze speciale semnificative
- 2.13. Restricții de utilizare, difuzare sau publicare
- 2.14. Declararea conformității evaluării cu SEV
- 2.15. Abateri de la standarde
- 2.16. Abordarea în evaluare și raționamentul
- 2.17. Riscul evaluării

PARTEA 3 – PREZENTAREA DATELOR

- 3.1. Identificarea bunurilor. Descrierea legală conform documente
- 3.2. Istoricul bunurilor
- 3.3. Descrierea bunurilor
- 3.4. Analiza pieței bunurilor
- 3.5. Prezentarea metodelor de evaluare

PARTEA 4 – ANALIZA DATELOR ȘI CONCLUZII

- 4.1. Estimarea valorii de piață prin abordarea prin cost
- 4.2. Concluzii - Opinia evaluatorului asupra valorii de piață

ANEXE

Anexa 1 : Fotografii

Anexa 2: Copie acte de proprietate

Anexa 3: Registrul imobilizărilor

Anexa 4: Extras din analiza de piață. Oferte de vânzare pentru bunuri similare second-hand și noi

PARTEA A 2-A – TERMENII DE REFERINȚĂ AI EVALUĂRII

2.1 IDENTIFICAREA ȘI COMPETENȚA EVALUATORULUI

Prin prezenta, în limita cunoștințelor și informațiilor deținute, certific că:

- Afirmățiile prezentate și susținute în acest raport sunt adevărate și corecte.
- Analizele, opiniile și concluziile prezentate sunt limitate numai de ipotezele considerate și condițiile limitative specifice și sunt analizele, opiniile și concluziile mele personale, fiind nepărtinitoare din punct de vedere profesional.
- Nu am nici un interes prezent sau de perspectivă în proprietatea imobiliară care face obiectul prezentului raport de evaluare și nici un interes sau influență legată de părțile implicate.
- Suma ce îmi revine drept plată pentru realizarea prezentului raport nu are nici o legătură cu declararea în raport a unei anumite valori (din evaluare) sau interval de valori care să favorizeze clientul și nu este influențată de apariția unui eveniment ulterior.
- În deplină cunoștință de cauză, analizele, opiniile și concluziile au fost exprimate în conformitate cu cerințele din standardele de Evaluare a Bunurilor ediția 2020, recomandările și metodologia de lucru recomandate de către ANEVAR (Asociația Națională a Evaluatorilor din România);
- Evaluatorul a respectat codul deontologic al ANEVAR
- Evaluatorul are competența necesară efectuării evaluării, subsemnata GASPĂR KITTİ sunt expert evaluator ANEVAR pe specializările E.P.I. (Evaluarea proprietăților imobiliare), E.B.M. (Evaluarea bunurilor mobile) din anul 2011, cu experiență de peste 10 ani în domeniul evaluărilor.
- Proprietatea a fost inspectată personal de evaluator în prezența reprezentantului proprietarului.
- În elaborarea prezentului raport nu s-a primit asistență semnificativă din partea nici unei alte persoane în afara evaluatorului care semnează mai jos.

Prezentul raport se supune Standardelor de Evaluare a Bunurilor și poate fi verificat (la cererea beneficiarului) în conformitate cu Standardele de verificare ANEVAR și de către solicitantul evaluării.

La data elaborării acestui raport, Gaspar Kitti, evaluatorul care se semnează mai jos este membru ANEVAR, a îndeplinit cerințele programului de pregătire profesională continuă al ANEVAR și are competența necesară întocmirii acestui raport.

Subsemnata Gaspar Kitti, evaluator autorizat – membru titular ANEVAR, Autorizația nr. 12719 valabil pe anul 2021, am încheiat asigurarea de răspundere civilă la ALLIANZ - ȚIRIAC ASIGURĂRI S.A. în valoare de 10.000 EUR.

EVALUATOR A.N.E.V.A.R.

Ec. Gáspár Kitti

Specializările E.P.I., E.B.M

EVALUATOR: ec. GÁSPÁR KITTİ



2.2. IDENTIFICAREA CLIENTULUI ȘI A ORICĂROR ALȚI UTILIZATORI DESEMNAȚI

Clientul (utilizatorul desemnat) este U.A.T. Covasna, cu sediul în Covasna, str. Piliske, nr.1, jud. Covasna, CUI: 4404613

Destinatarul raportului este orașul Covasna

Forma și conținutul raportului corespund cerințelor clientului.

2.3. SCOPUL EVALUĂRII

Scopul evaluării este estimarea valorii de piață la data evaluării în **vederea valorificării prin vânzare**

2.4. IDENTIFICAREA ACTIVULUI SUPUS EVALUĂRII

Obiectul evaluării sunt este un panou publicitar de tip outdoor, proprietatea orașului Covasna conform Proces verbal privind includerea în patrimoniul Orașului a unui bun abandonat fără stăpân nr. 8540/16.07.2021.

2.5. DREPTURILE DE PROPRIETATE EVALUATE

Se evaluează dreptul absolut al orașului Covasna, drept de proprietate dobândit conform Ordonanței de urgență nr. 57/03.07.2019, Proces verbal privind includerea în patrimoniul Orașului a unui bun abandonat fără stăpân nr. 8540/16.07.2021 respectiv registrul imobilizărilor, unde bunul figurează la nr. inventar 250- grupa Primărie.

2.6. TIPUL VALORII ESTIMATE

Metodologia de calcul a "valorii de piață" a ținut cont de scopul evaluării, tipul proprietății imobiliare și de recomandările STANDARDELOR DE EVALUARE A BUNURILOR –2020 Conform standardelor:

VALOAREA DE PIAȚĂ este - suma estimată pentru care un activ sau o datorie ar putea fi schimbat(ă), la data evaluării, între un cumpărător hotărât și un vânzător hotărât, într-o tranzacție nepărtinitoare, după o activitate de marketing adecvat, și în care părțile au acționat fiecare în cunoștință de cauză, prudent și fără constrângere.

- Conceptul "valoare de piață" presupune un preț negociat pe o piață deschisă și concurențială unde participații acționează în mod liber. Piața unui activ ar putea fi internațională sau o piață locală. Piața poate fi constituită din numeroși cumpărători și vânzători sau poate fi o piață caracterizată printr-un număr limitat de participanți pe piață. Piața în care activul este expus pentru vânzare este piața în care activul se schimbă în mod normal.

Valoarea de piață a unui activ va reflecta cea mai bună utilizare a acestuia. Cea mai bună utilizare este utilizarea unui activ care îi maximizează potențialul și care este posibilă, permisă legal și fezabilă financiar. Cea mai bună utilizare poate fi continuarea utilizării curente a activului sau poate fi o altă utilizare. Aceasta este determinată de

utilizarea pe care un participant de pe piață ar intenționa să o dea unui activ, atunci când stabilește prețul pe care ar fi dispus să îl ofere

2.7 DATA EVALUĂRII

Data evaluării este **9 septembrie 2021**, dată la care raportul de referință leu/euro este de **4,9479 lei/1 EUR**.

2.8 MONEDA RAPORTULUI

Moneda raportului este lei.

2.9. DATA INSPECTIEI

Inspekția bunului a avut loc în data de 09 septembrie 2021, în prezența reprezentantului clientului, Dna. Varga Monika. Cu această ocazie s-au efectuat fotografiile anexate.

2.10. DOCUMENTAȚIA NECESARĂ PENTRU EFECTUAREA EVALUĂRII

Pentru obținerea datelor necesare evaluării s-au adunat informații cu privire la piața bunurilor din zonă. Aceste informații provin din surse oficiale și neoficiale și prezintă câteodată asupra veridicității datelor o garanție mai puțin credibilă. Din aceste date s-au selectat informațiile care sunt specifice și cele mai concludente pentru evaluarea bunului - obiectul acestui raport.

Sursele de informare au fost:
informații furnizate de client (utilizatorul desemnat)
informații din mica publicitate și pagini specializate de internet

Amploarea investigațiilor

Investigațiile efectuate de evaluator se limitează la:

- datele de piață (oferte) cunoscute la data evaluării atât din surse publice cât și din baza de date a evaluatorului.
- documentele puse la dispoziția evaluatorului privitoare la bunul subiect atașate prezentului raport și care sunt considerate veridice fără a efectua verificări suplimentare,
- inspekția bunurilor

2.11. NATURA ȘI SURSA INFORMAȚIILOR UTILIZATE PE CARE S-A BAZAT EVALUAREA

Legate de dreptul evaluat

Informațiile:	Sursa
situația juridică a bunului:	Proces verbal, Fișa mijloc fix
Caracteristici tehnice	Pagini internet ale producătorilor

✓ Legate de piața specifică

Informațiile:	Sursa
privind piața imobiliară specifică (preturi)	○ presa de specialitate; ○ site-urile de specialitate ○ lucrări anterioare ale evaluatorului¹;

¹ informații preluate din arhiva de lucrări ale evaluatorului;

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Informațiile utilizate au fost:

- Documentele juridice și tehnice –Proces verbal de includere în patrimoniu, Registrul imobilizărilor,
- Date de piață: prețuri de vânzare, prețuri de închiriere

Sursele de informații au fost:

- *reprezentanții clientului (a utilizatorului desemnat) pentru documentele și informațiile legate de bunul mobil care sunt responsabili pentru veridicitatea informațiilor furnizate; Prin utilizarea și fructificarea prezentului raport solicitantul își asumă/însușește cele menționate de către noi ca a avea sursă de informație clientul”.*
- site-uri de specialitate pe piața specifică națională și internațională
 - *pentamedia.ro, impact-vision.ro, p-media.ro, wizard-media.ro etc*
 - *, olx.ro,*

2.12 IPOTEZE SEMNIFICATIVE ȘI IPOTEZE SPECIALE SEMNIFICATIVE

La baza evaluării stau o serie de ipoteze semnificative și speciale, prezentate în cele ce urmează. Opinia evaluatorului este exprimată în concordanță cu aceste ipoteze și concluzii, precum și cu celelalte aprecieri din acest raport:

Ipoteze generale:

- ⇒ Titlul de proprietate se presupune valabil și proprietatea poate fi vândută
- ⇒ Aspectele juridice se bazează exclusiv pe informațiile, declarațiile și documentele furnizate de către solicitant au fost prezentate fără a se întreprinde verificări sau investigații suplimentare; evaluatorul nu răspunde de eventualele neconformități; Orice informație, declarație sau document furnizat de solicitant este considerat credibil și garantat;
- ⇒ **Bunurile se evaluează ca MEI independente, neinstalate/pe amplasament, demontabile și portabile**
- ⇒ Se presupune că bunul este administrat cu responsabilitate;
- ⇒ Informațiile furnizate de terțe părți sunt considerate de încredere, dar nu li se asigură garanție pentru acuratețe;
- ⇒ Toate documentele tehnice puse la dispoziția evaluatorului de către beneficiar sunt presupuse a fi corecte; Materialul ilustrativ din raport este inclus doar pentru a-l ajuta pe cititor să facă o imagine referitoare la proprietate;
- ⇒ Se presupune că nu există condiții ascunse sau nevizibile ale bunului mobil, fapt care ar face ca proprietatea să valoreze mai mult sau mai puțin. Nu se asumă nici o răspundere pentru astfel de condiții sau pentru obținerea studiilor tehnice de specialitate necesare descoperirii lor; Evaluatorul nu este expert în domeniul producție publicitară, ca urmare evaluarea nu trebuie considerată ca un raport de expertiză tehnică privind funcționalitatea și starea tehnică a bunului.
- ⇒ Se presupune că proprietatea se conformează tuturor reglementărilor și restricțiilor de utilizare în vigoare; evaluatorul nu răspunde de eventualele neconformități;

- ⇒ Se presupune că pot fi obținute sau reînnoite toate autorizațiile, aprobările sau alte acte solicitate de instituțiile locale, regionale sau naționale, pentru utilizarea pe care se bazează estimarea valorii;
- ⇒ Se presupune că proprietatea este în deplină concordanță cu toate reglementările locale și naționale privind mediul înconjurător. Presupun în continuare că nu există nici un fel de contaminanți și costul activităților de decontaminare nu afectează valoarea.
- ⇒ Nu am inspectat acele părți care sunt acoperite, neexpuse sau inaccesibile. La data inspecției ***bunul mobil era în stare tehnică satisfăcătoare dar fiind neutilizat de mai mult timp (fără mentenanță) poate prezenta un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme etc.***
- ⇒ Valoarea de piață estimată este valabilă la data evaluării. Întrucât condițiile de piață se pot schimba, valoarea estimată poate fi incorectă sau necorespunzătoare la un alt moment;
- ⇒ Orice alocare de valori pe componente este valabilă numai în cazul utilizării prezentate în raport și se realizează în funcție de prevederile din raport. Valorile separate alocate elementelor componente nu trebuie folosite în legătură cu o altă evaluare și sunt invalide dacă sunt astfel utilizate;
- ⇒ Previziunile, proiecțiile sau estimările conținute în raport se bazează pe condițiile curente de pe piață, pe factorii cererii și ofertei anticipate pe termen scurt și sunt influențate de inexistența (încă) a unei economii stabile. Aceste previziuni și estimări sunt, prin urmare, supuse schimbării condițiilor viitoare;
- ⇒ Raportul de evaluare este valabil în condițiile economice, fiscale, juridice și politice de la data întocmirii sale. Dacă aceste condiții se vor modifica concluziile acestui raport își pot pierde valabilitatea.
- ⇒ Utilizarea raportului de evaluare se face numai în scopul în care s-a făcut evaluarea;
- ⇒ Intrarea în posesia raportului sau a unei copii a acestui raport nu implică dreptul de publicare a acestuia;
- ⇒ Evaluatorul, prin natura muncii sale, nu este obligat să ofere în continuare consultanță sau să depună mărturie în instanță relativ la proprietatea în chestiune;
- ⇒ Nici prezentul raport, nici părți ale sale (în special concluzii referitoare la valori, identitatea evaluatorului) nu vor fi publicate sau mediatizate fără acordul scris și prealabil al evaluatorului;
- ⇒ Evaluatorul este responsabil față de beneficiarul prezentului raport de evaluare și nu își asumă nici o responsabilitate față de terțe persoane fizice sau juridice.

Ipoteze speciale semnificative: Nu sunt

2.13. RESTRICȚII DE UTILIZARE, DIFUZARE SAU PUBLICARE

Acest raport de evaluare se adresează exclusiv utilizatorului desemnat, U.A.T. al orașului Covasna

2.14 DECLARAREA CONFORMITĂȚII EVALUĂRII CU SEV

În prezentul raport de evaluare s-au respectat Standardele de evaluare a bunurilor 2020 și Ghidurile metodologice de evaluare, astfel:

- SEV 100 – Cadrul general
- SEV 101 – Termenii de referință ai evaluării
- SEV 102 – Documentare și conformare (înlocuiește SEV 102 – Implementare)
- SEV 103 – Raportare
- SEV 104 – Tipuri ale valorii
- SEV 105 – Abordări și metode de evaluare
- SEV 220 – Mașini, echipamente și instalații (IVS 220)

Standarde pentru utilizări specifice

- SEV 400 – Verificarea evaluării

GEV 620 – Evaluarea mașinilor, echipamentelor și instalațiilor

2.15. ABATERI DE LA STANDARDE

În prezentul raport nu au fost făcute devieri de la cerințele Standardele de evaluare a bunurilor 2020 și Ghidurile metodologice de evaluare

2.16 ABORDAREA ÎN EVALUARE ȘI RAȚIONAMENTUL

Având în vedere tipul bunului, panou publicitar outdoor, abordarea prin piață (comparații) nu s-a putut aplica din păcate, negăsind suficiente date de piață pentru comparabile similare, panouri publicitare similare oferite spre vânzare în stare de second hand. Deși piața închirierilor panourilor publicitare este activă, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată întrucât anunțurile de închiriere se referă nu numai la prețul de închiriere al panourilor publicitare ci și asupra terenurilor pe care acestea sunt amplasate. Întrucât alocarea prețului de închiriere separat pe teren și panoul publicitar propriu-zis este aproape imposibilă, valoarea contractului de închiriere depinzând aproape în totalitate de amplasament și doar în măsură minimă de tipul panoului publicitar propriu-zis, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată. În aceste condiții s-a putut aplica doar abordarea prin cost, abordarea prin comparații și cea prin venit nefiind relevante. Totuși în Anexa 4 este prezentat un extras din analiza de piață, câteva oferte de vânzare de panouri second-hand (deși pentru alte tipuri) și oferte de închiriere pentru a ajusta cititorul să-și formeze o idee despre această piață a publicității outdoor.

Abordarea prin costuri este numită și abordarea prin costul de înlocuire net. Termenul de cost este utilizat de evaluatori în relație cu producția și nu cu schimbul. Este definit ca fiind totalitatea cheltuielilor aferente realizării unui activ. Costul unui activ poate fi mai mare, mai mic sau egal cu valoarea de piață a bunului.

Abordarea costului de înlocuire net se bazează pe presupunerea că un cumpărător informat nu va plăti pentru un activ mai mult decât costul de înlocuire pentru un activ modern echivalent cu aceeași utilitate ca cea a activului care este evaluat.

Abordarea consideră că valoarea maximă a activului, pentru un cumpărător informat, va fi suma curentă necesară pentru a construi sau a cumpăra un activ modern cu aceeași utilitate.

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Costul de înlocuire reprezintă costul curent al unei proprietăți noi, asemănătoare, care are cea mai apropiată utilitate echivalentă cu cea a proprietății evaluate. Neavând date despre valoarea de intrare a bunului în registrele contabile sau costul de fabricație al acestuia, valoarea de nou s-a considerat pentru un bun nou cu utilitate echivalentă conform informațiilor de piață disponibile, oferte de preț pentru panouri publicitare de tip outdoor cu structura metalică.

2.17 RISCUL EVALUĂRII

Valorile estimate în prezentul raport se bazează pe condițiile de piață curente, pe factorii anticipați ai cererii și ofertei pe termen scurt și mediu, prezentate în raport. Aceste informații nu cuprind predicția evenimentelor sau a valorilor viitoare, ci reflectă așteptările curente de pe piață, bazate pe tendințele curente. Aceste previziuni se pot schimba în funcție de condițiile economice, sociale, fiscale etc.

PARTEA A 3-A **PREZENTAREA DATELOR**

3.1 IDENTIFICAREA BUNULUI. DESCRIEREA LEGALĂ CONFORM DOCUMENTE

Se evaluează dreptul absolut al orașului Covasna, drept de proprietate dobândit conform Ordonanței de urgență nr. 57/03.07.2019, Proces verbal privind includerea în patrimoniul Orașului a unui bun abandonat fără stăpân nr. 8540/16.07.2021 respectiv registrul imobilizărilor, unde bunul figurează la nr. inventar 250- grupa Primărie.

3.2. ISTORICUL BUNULUI

- ❖ Panoul publicitar a fost inițial proprietatea Fabricii de zahăr Bod S.A., aflat în insolvență.

3.3. DESCRIEREA BUNULUI

Unipolurile sunt panouri publicitare de mari dimensiuni, amplasate pe drumurile naționale, autostrăzi, intrări-iesiri orase, care se adresează traficului auto și cu ajutorul cărora imaginea clienților devine foarte vizibilă. Acestea au două fete de expunere, câte una pentru fiecare sens de mers, suportă implementarea de proiecte speciale și pot fi iluminate sau neiluminate, cu dimensiuni de genul: 8x3m, 8x4m, 8x9m, 10x4m, 12x4m, 14x4m etc. Posterele care se afișează pe acest gen de panouri, pot fi realizate din mai multe tipuri de material, cum ar fi: hartie blueback, autocolant, frontlit.

Panoul publicitar evaluat are structura metalică pe 4 stâlpi metalici, fundație din beton, posibilitate de afișare pe ambele părți, dimensiuni mari cca 50 mp, forma aproape pătrată.

Starea tehnică este satisfăcătoare, dar fiind neutilizat de mai mult timp (fără mentenanță) poate prezenta un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme etc.

Conform datelor companiei Pentamedia publicitatea outdoor este una dintre cele mai eficiente metode de publicitare ²

ESTE INEVITABILĂ

Este singurul mijloc de publicitate care nu poate fi evitat. Este expus 24/24 ore, 7/7 zile, publicul nu are buton de skip și nu poate schimba canalul. Știi că un panou situat pe o stradă circulată este văzut zilnic de peste 20.000 de persoane?

20.000

VIZUALIZĂRI / ZI

RETURNAREA INVESTIȚIEI

Studiul desfășurat de Institutul Britanic BrandScience pe durata a 3 ani care a analizat peste 600 de campanii publicitare outdoor, a ajuns la concluzia că ROI sau (Returnarea Investiției) în cazul publicității outdoor, fără a lua în calcul și efectul pozitiv al creșterii notorietății brandului sau a potențării celorlalte medii de publicitate, este de 280%.

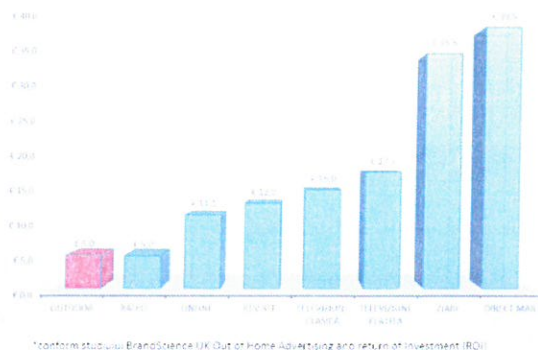
Mai exact fiecare leu cheltuit corespunzător pe publicitate stradală îți aduce aproape 3 lei înapoi.

280%

RETURNAREA INVESTIȚIEI

² <https://www.pentamedia.ro/de-ce-outdoor/>

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA



COSTUL MIC AL PUBLICITĂȚII

CPM (Cost per Mille) este un indice care ne ajută să măsurăm costul diverselor medii de expunere pe o mie de impresii vizualizări, mai exact cât costă ca 1000 de oameni să afle despre afacerea sau produsul tău. Este un indice care ne dă posibilitatea să comparăm diverse medii de expunere după costul acestora.

Gratifică Arată prețurile variabile pentru Marea Britanie. În general, la noi, prețurile sunt mai mici, dar respectă aceeași proporționalitate între tipurile de media. Este ca, pentru un panou de tip Unipol, amplasat pe un drum european, auzim la un cost de circa 0,7-0,8 euro/1000 de vizualizări, dar tot rămâne în jocul cu cel mai scăzut cost dacă este să ne uităm la variantele disponibile pe piață.

0.8€

COSTUL PENTRU 1000 DE VIZUALIZĂRI*

3.4. ANALIZA PIETEI BUNULUI

Definirea pieței

Pe piața bunurilor de tip **panouri publicitare**, bunul evaluat se încadrează pe segmentul panourilor publicitare de tip outdoor, de dimensiuni mari, care se găsesc de obicei de-a lungul drumurilor naționale, autostrăzi, intrări-ieșiri din orașe.

Piața se definește ca națională. Oferta de nou vine din partea producătorilor, timp îndelungat de așteptare pentru vânzare, posibilități de personalizare la nevoile clientului, transport și montaj etc. Oferta de second hand provine de obicei de la persoane juridice, rareori firme intermediare. Această piață este într-o evoluție continuă pe fondul evoluției tehnologice, am văzut cum panourile publicitare clasice sunt înlocuite încet cu panourile de tip LED, iar se preconizează că în curând vor apărea și așa zise panouri publicitare "inteligente" sau interactive.

Cererea solvabilă

Cererea este reprezentată de persoane juridice, cu buget mare, care doresc o publicitate outdoor, de obicei firme mai mari cu branduri consolidate și buget mare alocat pentru marketing. Având în vedere vechimea și starea tehnică a bunului evaluat, cererea pentru acest tip de bunuri pe piața analizată, este medie, în ușoară creștere față de anii precedenți.

Piața bunurilor de acest tip se caracterizează prin ofertă destul de redusă, criteriile de atractivitate fiind prețul de achiziție, tipul materialelor utilizate și nu în ultimul rând posibilitățile de transport și montaj ale bunurilor.

Piața închirierilor

Piața închirierilor este foarte activă însă piața închirierilor de panouri are în componență și amplasamentul propriu-zis, locația (terenul) unde va fi amplasat panoul publicitar. De fapt valoarea contractului de închiriere este dat aproape în totalitate de amplasament și nu de panoul publicitar propriu-zis. Prețurile pe piață variază foarte mult în funcție de amplasament astfel de la cca 500 lei/lună pot ajunge și la valori de câteva sute de euro. Conform datelor secundare în orașele mari prețurile variază între 10-35 EUR/amplasament pentru panourile mai mici.

Oferta de vânzări

Pe plan național companiile care se ocupă de confecționarea/ fabricația de panouri publicitare cu structura metalică de dimensiuni mai mari, sunt relativ puține.

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Oferte le vânzare/ producție pentru panourile publicitare de tip Unipol variază între 25-50 EUR/mp în funcție de structura panoului, fundație, tip de afișaj etc.

Echilibrul pieței

Piața este în dezechilibru, cu ofertă superioară cererii, deci piața este a cumpărătorului.

Tendențele pe viitor

În ceea ce privește tendințele pe viitor, se preconizează că locul panourilor publicitare clasice va fi preluat încet cu încetul de panourile "inteligente", această piață este într-o evoluție continuă pe fondul evoluției tehnologice, am văzut cum panourile publicitare clasice sunt înlocuite încet cu panourile de tip LED etc.

Conform unui articol interesant pe citymedia.ro este prezentat evoluția panourilor inteligente în viitorul apropiat.³

Reclamele, indiferent de forma lor, sunt concepute pentru a realiza un singur lucru: captarea atenției unui privitor și influențarea comportamentului comercial.

În trecut, industria publicitară a utilizat în principal medii, cum ar fi presa scrisă, panourile publicitare, televiziunea și radioul, pentru a-și transmite mesajele de marketing. Aceste medii "tradiționale" au evoluat de-a lungul anilor spre publicitatea digitală în aer liber.

Cu toate acestea, odată cu apariția computerelor și a internetului, publicitatea tradițională a devenit din ce în ce mai sofisticată și publicitatea digitală s-a dovedit a fi semnificativ mai bună pentru targetarea demografică, ceea ce a determinat mulți agenți de publicitate să renunțe total la metodele tradiționale.

Totuși, inovațiile tehnologice recente au determinat mulți jucători mari din industria publicității să se întoarcă la formele tradiționale de publicitate, în special panourile digitale. De ce? Deoarece, spre deosebire de anunțurile online, panourile nu sunt văzute ca fiind un inconvenient. În unele cazuri, panourile sunt văzute ca fiind "artistice", atunci când creativitatea și inspirația își dau mâna.

Dar ce putem spune despre captarea atenției trecătorilor? Folosind noile tehnologii interactive, panourile au devenit mai mult decât imagini statice pictate pe un perete: panourile sunt acum membri participanți la IOT – Internetul obiectelor și devin din ce în ce mai inteligente în fiecare zi.

Actualizarea panourilor tradiționale

Conversia a ceea ce afișează un panou tradițional într-o publicitate inteligentă este mult mai dificilă. Pentru ca un panou să reacționeze la mediul său, "ochii" lui trebuie să fie capabili să ia decizii pe baza autoturismelor care tranzitează drumul, ceea ce este la fel de dificil precum sună – imaginați-vă că vă aflați pe autostradă și încercați să evaluați autoturismele și ocupanții care trec, apoi să intuiți lucrurile care i-ar putea bucura/interesa; ar fi foarte dificil.

Mai multe companii lucrează la soluții noi la această problemă, respectiv un sistem sofisticat care analizează datele anonime agregate de telefoanele mobile aflate în vehiculele care trec. Odată ce aceste date sunt procesate prin sistem, sistemul poate modifica în mod dinamic conținutul panoului publicitar pentru a afișa o publicitate relevantă pentru cei din grup.

De exemplu, dacă din întâmplare pasagerii dintr-un grup de vehicule din zonă sunt în mare măsură părinți și din copiii lor, anunțul care ar fi putut reprezenta inițial o mașină

³ <https://citymedia-tm.ro/cum-schimba-panourile-digitale-publicitatea-outdoor/>

nouă poate modifica conținutul acesteia pentru a promova în schimb un nou film de familie care are premiera în weekend.

În plus, pe lângă analizarea datelor anonime, tehnologia poate identifica și tipurile de vehicule care trec. În acest caz, dacă trece un grup mare de vehicule Dacia, anunțul s-ar putea schimba și afișa anunțuri pentru vehiculele Duster, cu un fel de ofertă specială pentru proprietarii Dacia.

3.5. PREZENTAREA METODELOR DE EVALUARE

Având în vedere tipul bunului, panou publicitar outdoor, abordarea prin piață (comparații) nu s-a putut aplica din păcate, negăsind suficiente date de piață pentru comparabile similare, panouri publicitare similare oferite spre vânzare în stare de second hand. Deși piața închirierilor panourilor publicitare este activă, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată întrucât anunțurile de închiriere se referă nu numai la prețul de închiriere al panourilor publicitare ci și asupra terenurilor pe care acestea sunt amplasate. Întrucât alocarea prețului de închiriere separat pe teren și panoul publicitar propriu-zis este aproape imposibilă, valoarea contractului de închiriere depinzând aproape în totalitate de amplasament și doar în măsură minimă de tipul panoului publicitar propriu-zis, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată. În aceste condiții s-a putut aplica doar abordarea prin cost, abordarea prin comparații și cea prin venit nefiind relevante. Totuși în Anexa 4 este prezentat un extras din analiza de piață, câteva oferte de vânzare de panouri second-hand (deși pentru alte tipuri) și oferte de închiriere pentru a ajusta cititorul să-și formeze o idee despre această piață a publicității outdoor.

Abordarea prin costuri este numită și abordarea prin costul de înlocuire net. Termenul de cost este utilizat de evaluatori în relație cu producția și nu cu schimbul. Este definit ca fiind totalitatea cheltuielilor aferente realizării unui activ. Costul unui activ poate fi mai mare, mai mic sau egal cu valoarea de piață a bunului.

Abordarea costului de înlocuire net se bazează pe presupunerea că un cumpărător informat nu va plăti pentru un activ mai mult decât costul de înlocuire net al un activ modern echivalent cu aceeași utilitate ca cea a activului care este evaluat.

Abordarea consideră că valoarea maximă a activului, pentru un cumpărător informat, va fi suma curentă necesară pentru a construi sau a cumpăra un activ modern cu aceeași utilitate.

Costul de înlocuire reprezintă costul curent al unei proprietăți noi, asemănătoare, care are cea mai apropiată utilitate echivalentă cu cea a proprietății evaluate. Neavând date despre valoarea de intrare a bunului în registrele contabile sau costul de fabricație al acestuia, valoarea de nou s-a considerat pentru un bun nou cu utilitate echivalentă conform informațiilor de piață disponibile, oferte de preț pentru panouri publicitare de tip outdoor cu structura metalică.

PARTEA A 4-A ANALIZA DATELOR ȘI CONCLUZII

4.1. ABORDAREA PRIN COST

Abordarea prin costuri se face prin metoda costului de înlocuire net. Termenul de **cost** este utilizat de evaluatori în relație cu producția și nu cu schimbul. Este definit ca fiind totalitatea cheltuielilor aferente realizării unui activ. Costul unui activ poate fi mai mare, mai mic sau egal cu valoarea de piață a bunului.

Metoda costului de înlocuire net se bazează pe presupunerea că un cumpărător informat nu va plăti pentru un activ mai mult decât costul de înlocuire pentru un activ modern echivalent cu aceeași utilitate ca cea a activului care este evaluat.

Abordarea consideră că valoarea maximă a activului, pentru un cumpărător informat, va fi suma curentă necesară pentru a construi sau a cumpăra un activ modern cu aceeași utilitate.

Costul de înlocuire reprezintă costul curent al unei proprietăți noi, asemănătoare, care are cea mai apropiată utilitate echivalentă cu cea a proprietății evaluate.

La estimarea costului de înlocuire se poate folosi metoda divizorului sau a însumării, prin includerea tuturor costurilor directe și cele indirecte la care se aplică deprecierea de orice natură (fizică, funcțională și economică).

Deprecierea reprezintă o pierdere de valoare din mai multe motive, incluzând factori de natură fizică, funcțională, de exploatare și depreciere economică.

Uzura (deprecierea) fizică reprezintă pierderea de valoare sau de utilitate a unei proprietăți cauzată de utilizare, deteriorări, expunere la diverși agenți atmosferici, suprasolicitare și de alți factori similari.

Costul de înlocuire reprezintă costul curent al unei proprietăți noi, asemănătoare, care are cea mai apropiată utilitate echivalentă cu cea a proprietății evaluate. Neavând date despre valoarea de intrare a bunului în registrele contabile sau costul de fabricație al acestuia, valoarea de nou s-a considerat pentru un bun nou cu utilitate echivalentă conform informațiilor de piață disponibile, oferte de preț pentru panouri publicitare de tip outdoor cu structura metalică.

Astfel s-a considerat costul de 35 EUR/mp costul de fabricație pentru un panou publicitar asemănător, având dimensiuni asemănătoare și utilitate echivalentă. Aceste costuri includ și transportul și montajul.

- ✓ costul de înlocuire a bunului conform datelor secundare de pe piață este de 1750 EUR (cca 35 EUR/mp) fără TVA echiv. cca 8700 LEI inclusiv transport și montaj

SPECIFICATIE	VALOARE
Cost de înlocuire brut (LEI)	8700 LEI
Uzura fizică	30 %
Depreciere fizică (LEI)	2610 LEI
Depreciere funcțională recuperabilă– piese ce trebuie înlocuite (LEI)– nu este cazul	0 LEI
Depreciere funcțională nerecuperabilă –. (%) – nu este cazul	0 %
Depreciere funcțională nerecuperabilă – (LEI)	0 LEI

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Depreciere externă / economică **	10%
Valoare depreciere externă (LEI)	609 LEI
Cost Inlocuire Net (LEI)	5.481 rot. 5.500 LEI fără TVA

***Deprecierea fizică**

*Conform Catalog din 30/11/2004, clasificarea mijloacelor fixe utilizate în economie și duratele normale de funcționare ale acestora, care corespund cu duratele de amortizare în ani, aferente regimului de amortizare liniar, Publicat în Monitorul Oficial, Partea I nr. 46 din 13/01/2005, bunul se încadrează în clasa :

- o 3.1.2 Firme, panouri și reclame luminoase

- cu durata normal de funcționare între 2-4 ani.

Conform datelor secundare de pe piață, firmele în domeniu (Penta media, Stormer SRL din Sf. Gheorghe) aceset date se referă mai mult la panoul propriu-zis dar structura de metalică poate fi utilizată mult mai mult timp în funcție de calitatea execuției, materialele utilizate etc astfel s-a considerat o uzură fizică de 30% având în vedere faptul că bunul este neutilizat de ceva timp și neîntreținut.

****Deprecierea externă/fizică**

Deprecierea externă în cazul bunul evaluat este dată de faptul că acesta este un bun second hand și spre deosebire de majoritatea participanților de piață, firme producătoare de panouri publicitare outdoor în acest caz vânzătorul nu-și asumă demontarea și transportul panoului publicitar, al structurii metalice, ceea ce poate cauza un inconvenient pentru potențialii cumpărători.

4.2. CONCLUZII. OPINIA EVALUATORULUI ASUPRA VALORII DE PIAȚĂ

Selectarea valorii de piață propusă pentru proprietatea evaluată a avut în vedere relevanța abordărilor efectuate pentru tipul proprietății evaluate, cantitatea și precizia informațiilor cunoscute, precum și celelalte aspecte menționate în raport privitor la proprietate și starea pieței bunurilor specifice.

Având în vedere tipul bunului, panou publicitar outdoor, abordarea prin piață (comparații) nu s-a putut aplica din păcate, negăsind suficiente date de piață pentru comparabile similare, panouri publicitare similare oferite spre vânzare în stare de second hand. Deși piața închirierilor panourilor publicitare este activă, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată întrucât anunțurile de închiriere se referă nu numai la prețul de închiriere al panourilor publicitare ci și asupra terenurilor pe care acestea sunt amplasate. Întrucât alocarea prețului de închiriere separat pe teren și panoul publicitar propriu-zis este aproape imposibilă, valoarea contractului de închiriere depinzând aproape în totalitate de amplasament și doar în măsură minimă de tipul panoului publicitar propriu-zis, abordarea prin venit nu a putut fi aplicată. În aceste condiții s-a putut aplica doar abordarea prin cost, abordarea prin comparații și cea prin venit nefiind relevante. Totuși în Anexa 4 este prezentat un extras din analiza de piață, câteva oferte de vânzare de panouri second-hand (deși pentru alte tipuri) și oferte de închiriere pentru a ajusta cititorul să-și formeze o idee despre această piață a publicității outdoor.

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Abordarea prin costuri este numită și abordarea prin costul de înlocuire net. Termenul de cost este utilizat de evaluatori în relație cu producția și nu cu schimbul. Este definit ca fiind totalitatea cheltuielilor aferente realizării unui activ. Costul unui activ poate fi mai mare, mai mic sau egal cu valoarea de piață a bunului.

Abordarea costului de înlocuire net se bazează pe presupunerea că un cumpărător informat nu va plăti pentru un activ mai mult decât costul de înlocuire pentru un activ modern echivalent cu aceeași utilitate ca cea a activului care este evaluat.

Abordarea consideră că valoarea maximă a activului, pentru un cumpărător informat, va fi suma curentă necesară pentru a construi sau a cumpăra un activ modern cu aceeași utilitate.

Costul de înlocuire reprezintă costul curent al unei proprietăți noi, asemănătoare, care are cea mai apropiată utilitate echivalentă cu cea a proprietății evaluate. Neavând date despre valoarea de intrare a bunului în registrele contabile sau costul de fabricație al acestuia, valoarea de nou s-a considerat pentru un bun nou cu utilitate echivalentă conform informațiilor de piață disponibile, oferte de preț pentru panouri publicitare de tip outdoor cu structura metalică.

OPINIA EVALUATORULUI PRIVIND VALOAREA DE PIAȚĂ

	Valoarea de piață (LEI)	Echiv. EUR
Panou publicitar nr. inventar 250	5.500 LEI	1.112 EUR

NOTĂ: Valoarea nu conține TVA

Cursul de schimb mediu LEI / EUR considerat este de 4,9479 valabil la data evaluării: 09.09.2021

Argumentele care au stat la baza elaborării acestei opinii precum și considerentele avute în vedere la determinarea acestei valori sunt:

- ❖ Valorile estimate sunt valabile numai în baza ipotezelor generale și speciale prezentate în raport și a celorlalte aspecte legate de risc, prezentate pe parcurs; Estimările sunt valori de piață, conform definițiilor menționate pe parcurs.
- ❖ A fost evaluat întregul drept de proprietate considerat valabil, transferabil și considerată liberă de orice fel de sarcini.
- ❖ Valoarea reprezintă opinia evaluatorului privind valoarea de piață;
- ❖ Valoarea este o predicție;
- Prezentul raport a fost realizat prin respectarea recomandărilor „Codului de Etică al profesiei de evaluator” care se supune „Standardelor de Evaluare a Bunurilor”, poate fi expertizat (la cerere, cu acordul scris al evaluatorului) și verificat, în conformitate cu „Standardele de Evaluare a Bunurilor” în speța SEV 400 „Verificarea evaluărilor”.

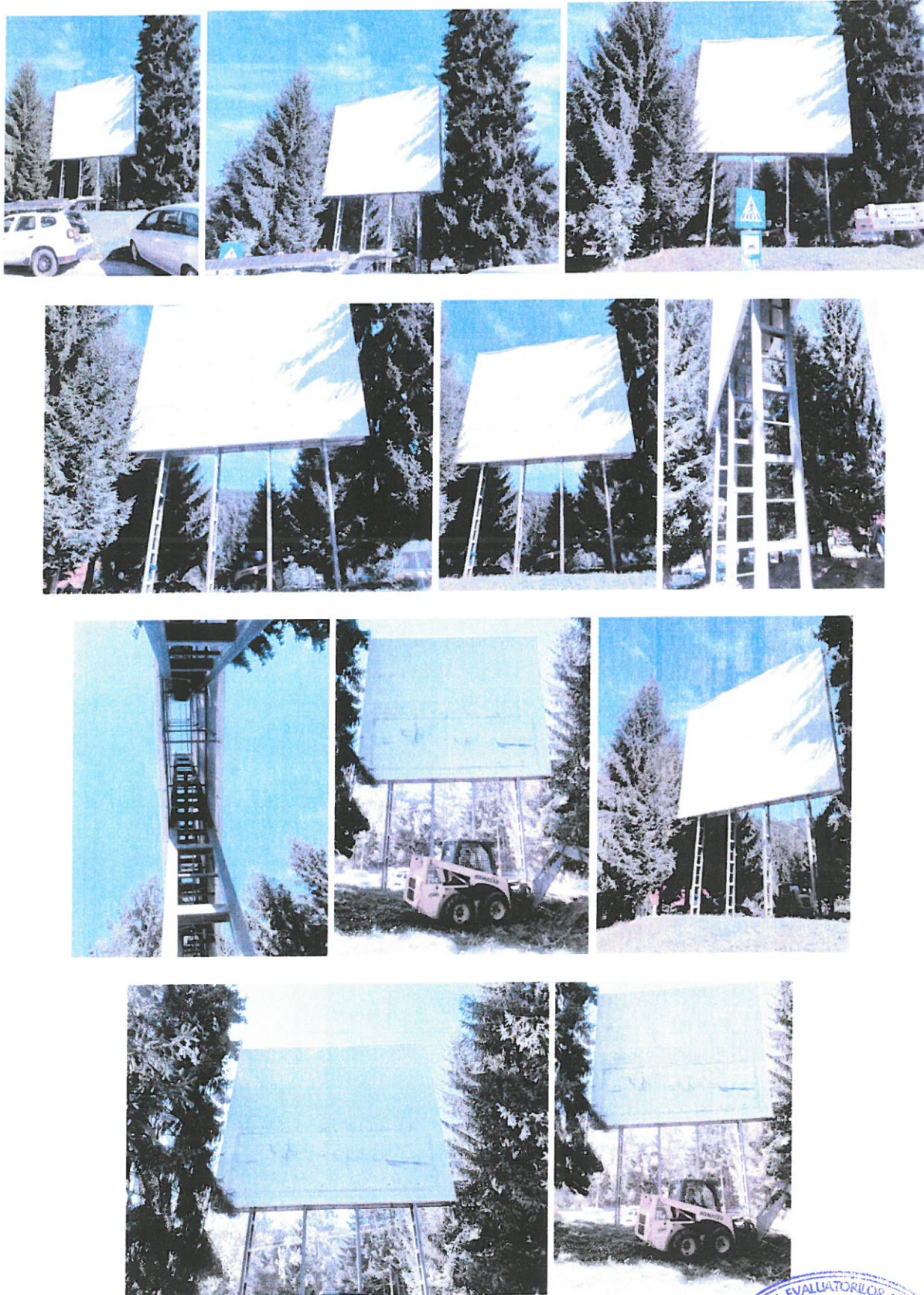
INTOCMIT

ec. Gáspár Kitti
evaluator



RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Anexa 1 – Fotografii



EVALUATOR: ec. GÁSPÁR KITTÍ



RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Anexa 2 – Copie acte de proprietate

[Handwritten signature]



Aprob. Primar,
GYERO JÓZSEF



ROMANIA
Județul COVASNA
CONSILIUL LOCAL AL ORĂȘULUI COVASNA
Nr. înreg. 28-16-2021

PROCES VERBAL

privind includerea în patrimoniul Orasului a unui bun abandonat/fara stapan

În urma identificării pe domeniul public al orasului a unui panou publicitar inscripționat cu mesajul "Fabrica de zahar Bod", societate aflată în insolvență, acesta având mesajul publicitar deteriorat, neglijat, a fost înaintată o adresă către Lichidatorul judiciar al Fabricii de zahar Bod SA-CENTU SPRL, să recurgă la desființarea panoului publicitar și a structurii metalice de susținere a acestuia și la îndepărtarea de pe domeniul public al Orasului Covasna, deoarece în perioada 2011 și până în prezent, Fabrica de zahar Bod SA nu a încheiat un contract de închiriere concesiune cu Primaria Orasului Covasna pentru terenul pe care este asamblat acest panou publicitar.

Răspunsul lichidatorului judiciar CENTU SPRL (anexa la prezenta) la solicitarea noastră a fost că nu a identificat în evidența contabilă a Societății acest bun, ca urmare nu va proceda la desființarea, demontarea structurii metalice a panoului publicitar, rămânând la latitudinea Orasului îndepărtarea acestuia.

Mentineră acestui mijloc de publicitate pe domeniul public al orasului poate prezenta un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe grave.

Având în vedere:

Prevederile ORDONANȚEI DE URGENȚĂ nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ;

[Handwritten signature]

Art. 87 alin.(5) Autoritățile administrației publice locale administrează sau, după caz, dispun de resursele financiare, precum și de bunurile proprietate publică sau privată ale unităților administrativ-teritoriale, în conformitate cu principiul autonomiei locale.

Art. 354 alin.(1) Domeniul privat al statului sau al unităților administrativ-teritoriale este alcătuit din bunuri aflate în proprietatea lor și care nu fac parte din domeniul public.

alin.(2) Asupra acestor bunuri, statul sau unitățile administrativ-teritoriale au drept de proprietate privată.

În conformitate cu prevederile Noului Cod Civil:

Art. 557

(1) Dreptul de proprietate se poate dobândi, în condițiile legii, prin convenție, moștenire legală sau testamentară, accesiune, uzucapiune, ca efect al posesiei de bună-credință în cazul bunurilor mobile și al fructelor, prin ocupațiune, tradițiune, precum și prin hotărâre judecătorească, atunci când ea este translativă de proprietate prin ea însăși.

(2) În cazurile prevăzute de lege, proprietatea se poate dobândi prin efectul unui act administrativ.

Art. 562 alin. (2) -abandonarea bunului mobil este o cauză de stingere a dreptului de proprietate asupra acestuia. Abandonarea este o acțiune voluntară a proprietarului, făcută cu intenția de a se desista de bun. Ea deschide calea spre dobândirea dreptului de proprietate prin ocupațiune pentru un alt posesor.

Art 941

(1)-Posesorul unui lucru mobil care nu aparține nimănui devine proprietarul acestuia, prin ocupațiune, de la data intrării în posesie, însă numai dacă aceasta se face în condițiile legii.

(2)- Sunt lucruri fără stăpân bunurile mobile abandonate, precum și bunurile care, prin natura lor, nu au un proprietar, cum sunt animalele sălbatice, peștele și resursele acvatice vii din bazinele piscicole naturale, fructele de pădure, ciupercile comestibile din flora spontană, plantele medicinale și aromatice și altele asemenea.

Art. 944

Vânzarea bunului găsit:

Dacă, datorită împrejurărilor sau naturii bunului, păstrarea sa tinde să îi diminueze valoarea ori devine prea costisitoare, el va fi vândut prin licitație

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

publică, conform legii. În acest caz, drepturile și obligațiile legate de bun se vor exercita în legătură cu prețul obținut în urma vânzării.

Având în vedere faptul ca acest panou publicitar si structura metalica de sustinere a acestuia este abandonat pe domeniul public al Orasului Covasna, si nu figureaza in inventarul patrimoniului fabricii de zahar Bod SA, consideram necesara includerea in patrimoniul orasului Covasna, ulterior procedand la valorificarea acestuia.

Intocmit,
Varga Monica

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Anexa 3 - Registrul imobilizărilor

FISA MIJLOCULUI FIX		Grupa PRIMARIE
Nr. inventar: 250	De proveniență: Proces Verbal înreg sub nr.8540/16.07.2021 Valoare de inventar: 0.00 Rata amortizare lunară: .NULL. Denumirea mijlocului fix și caracteristici tehnice: Panou publicitar Accesorii:	Codul de clasificare: 3.1.2.
		Data dării de folosință: Anul: 2021 Luna: 7
		Data amortizării complete: Anul: 01/07/23 Luna: 01/07/23
		Durata normală de funcționare (luni): 24
		Cota de amortizare: 0 %

Nr. inventar	Documentul (felul, nr., data)	Operațiunile care privesc mișcarea, creșterea sau diminuarea valorii mijlocului fix	Buc	Debit	Credit	Sold	Soldul contului 105
250	01/09/21	Intrare	1	NULL			
250	01/09/21		1	NULL			
250	01/09/21	.NULL.	1	NULL	NULL		

NUME GESTIONAR

Anexa 4: Extras din analiza de piață. Oferte de vânzare pentru bunuri similare second-hand și noi

Oferte pentru produse noi

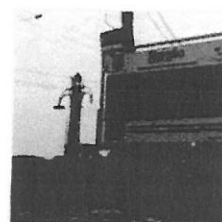
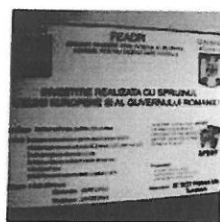
Oferta 1

<https://www.impact-vision.ro/panouri-publicitare/>

Panouri publicitare outdoor

preturi de la 25 Eur / mp Realizam panouri publicitare outdoor pe orice dimensiune si forma! Asiguram atat design-ul confectionarea, transportul cat si montajul acestora. Panouri fonduri europene, Panouri directionale, Panouri stradale, Panouri de mari dimensiuni Panouri Fonduri Europene

Panouri fonduri Europene



Modalitatea confectionarii a panourilor de mari dimensiuni difera de la panou la celalalt in functie de solul in care se amplaseaza, regiune s.a.m.d.

De cele mai multe ori fetele panourilor sunt confectionate din poliplan tensionat

Oferta 2

<https://www.p-media.ro/panouri-publicitare/>

Panouri Publicitare

preturi incepand cu **35 Eur / mp**

Le vedem zilnic. Le citim, le analizam, uneori le criticam iar alteori ne amuzam de mesajul afisat pe aceste **panouri publicitare** sau reclame. Sunt frecvente si de o perioada semnificativa de timp fac parte din decorul urbanistic al tot mai multor orase, indiferent de marimea si zona in care se situeaza. Daca nu v-ati prins la ce anume ne referim va spunem ca vorbim despre panourile publicitare. Si chiar daca esti sau nu un cunoscator al advertisingului, cu siguranta vei da dreptate celor care spun despre **panouri publicitare** ca sunt probabil cel mai de impact element atunci cand vine vorba de vizual si propagare a unui sau mai multor mesaje.

Astfel fel si fel de reclame sunt astazi prezente pe tot mai multe **panouri stradale**, de diferite forme si marimi, creand discutii ori curiozitati, generand un mare efect asupra pietei de consum. Pentru cine se gandeste sa investeasca intr-un astfel de segment al publicitatii P-Media va sta la dispozitie cu o gama larga de servicii care include **panouri publicitare** de diferite dimensiuni, plane, curbe, cu fata dubla, unghiulare ori de foarte mari dimensiuni. In ceea ce priveste materialul din care sunt realizate

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

aceste panouri putem vorbi despre plexiglas, dibond ori poliplan si nu in ultimul rand diverse profile metalice



Oferta 3

https://www.wizard-media.ro/_Panouri/Dimensiuni/

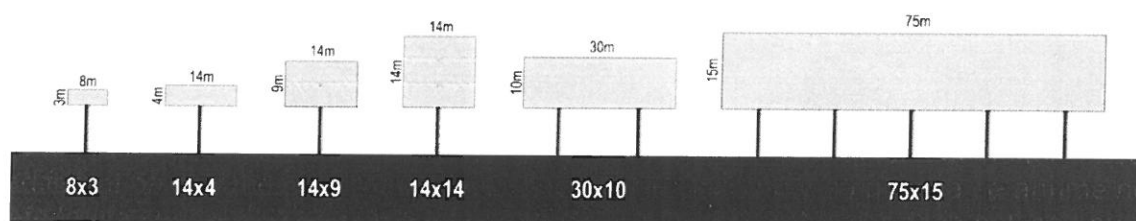
WIZARD

LARGE FORMAT ADVERTISING SIGNS

Contact

Inchiriere panouri publicitare
Publicitate outdoor - obiectivele campaniei
Reteaua de unipoluri Wizard
Trafic / Audienta outdoor
Cere o oferta

Dimensiunile panourilor publicitare din retea Wizard Media
 unipoluri si locatii publicitare speciale



RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR

CLIENT: U.A.T. COVASNA

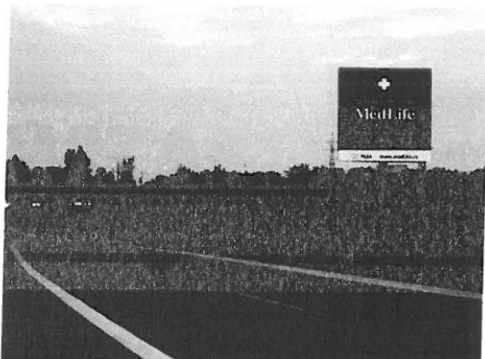
Panou publicitar format unipol (cu doua etaje)



unipol 14x9m - DN1 Campina

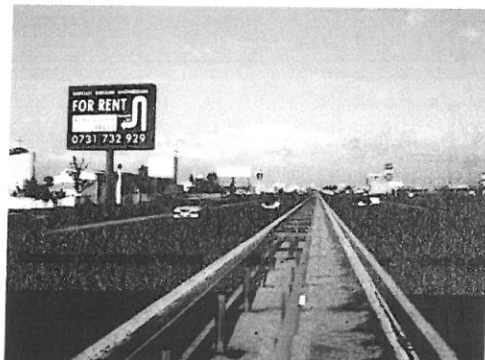
Este construit dintr-un pilon mai mare pe care se monteaza doua structuri de 14x4m aflate la distanta de 1m intre ele. Rezulta o suprafata de 126 mp pentru fiecare fata de expunere. Acest panou ofera un spatiu de afisaj mai degraba patrat, util graficii bazata pe fotografie

Panou publicitar format unipol (triplu)



Este alcătuit din 3 structuri standard (14x4) montate pe același pilon, cu două spații de separare de 1m. Poate fi decorat cu afișe patrate de 14x14m vizibile de la mare distanță

Panou publicitar format Backlit gigant 15x10m



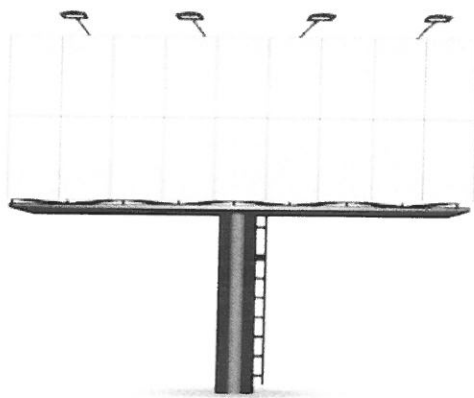
Asemănător cu backliturile din interiorul orașelor. Backlitul Gigant 15x10 este util în situația în care expunerea vizează o distanță mare de citire. Rețeaua de panouri Vizard include câteva astfel de construcții speciale la intrarea pe Autostrada Soarelui, Cluj (Dealul Feleacului), intrarea dinspre pe Autostrada A1 București Pitești.

Oferta 4

<http://professional-print.ro/structuri/>

PANOURI SI STRUCTURI PUBLICITARE

Concepem, producem și montăm structuri de afișaj publicitar sau cu alta destinație, din fier, oțel, PVC, dibond, tablă, polycarbonat sau plexiglas la orice dimensiune și formă. Aceste panouri pot avea una sau două fețe. Panourile cu două fețe au avantajul de a fi vizibile din ambele direcții. Structurile din metal sunt grunduite, vopsite și ancorate cu dale de beton sau îngropate.



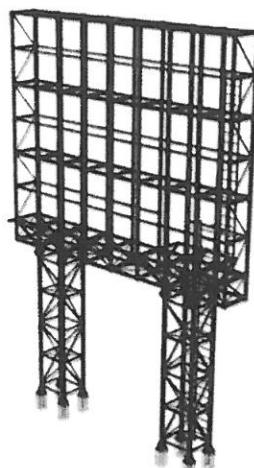
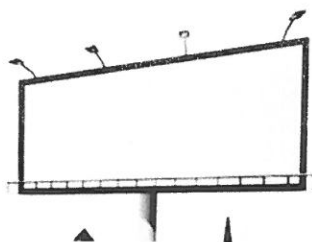
RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR

CLIENT: U.A.T. COVASNA

CLASIFICAREA PANOURILOR PUBLICITARE

- Panouri cu structură metalică și print aplicat pe suport rigid (PVC, dibond, tabla etc)
- Panouri cu structură metalică și print pe mesh / banner
- Panouri simple

Oferim transport, montaj și garanție.



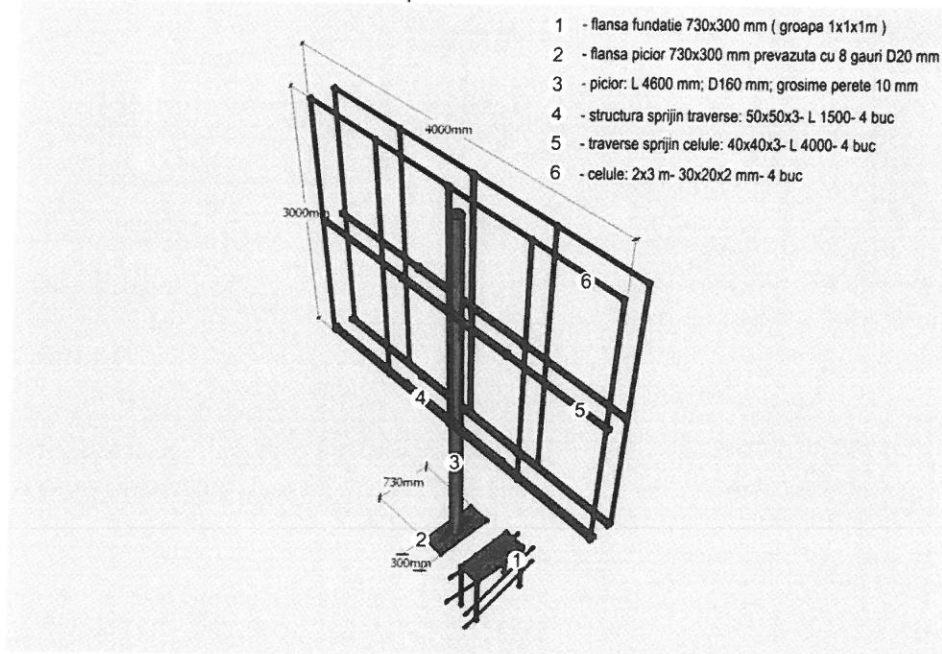
Oferta 5

<https://ad-prod.ro/servicii/panouri-publicitare/>

Panouri Publicitare

O simplă expunere a unei mărci pe un panou publicitar montat pe un drum cu trafic ridicat și segmentare corectă poate însemna o campanie outdoor reușită.

Panourile noastre sunt confecționate din structură de metal rezistent la intemperii. Printurile de dimensiuni mari folosite la panouri sunt de calitate superioară.



RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

OFERTE Pentru PRODUSE SECOND-HAND

Oferta 1

<https://www.olx.ro/d/oferta/structura-metalica-panou-publicitar-IDfgJWB.html#1d6a00f1e3>



Vanzator



Doru

Pe OLX din septembrie 2018
Actiune din octombrie 2021

[Mai multe anunțuri ale acestui vânzător](#)

Vânzătorul nu a primit încă evaluări. Fii prima persoană care evaluează experiența!

0749 023 389

Trimite mesaj

Localizare



Iasi,
Iasi

la Polkovnik



Postat: 08 octombrie 2021



Structura metalica panou publicitar

7 000 lei Prețuri negociabile



PROMOVEAZĂ



REACTUALIZEAZĂ

Persoana fizica

Stare: Utilizat

(P) BCR: **la-ti cardul de credit VISA!**

Descriere

Vand doua structuri metalice pentru panouri publicitare

1

5700x1530 profil 160x80x6 zincat

Talpi 550x450x10

2

6300x2200x4 profil teava rotunda de 200x4 vopsit electrostatic

Talpi 350x350x20

Structurile au fost folosite dar sunt intr o stare foarte buna. Au inclusiv instalatia electrica functionala, montata.

Pret negociabil in limita bunului simt.

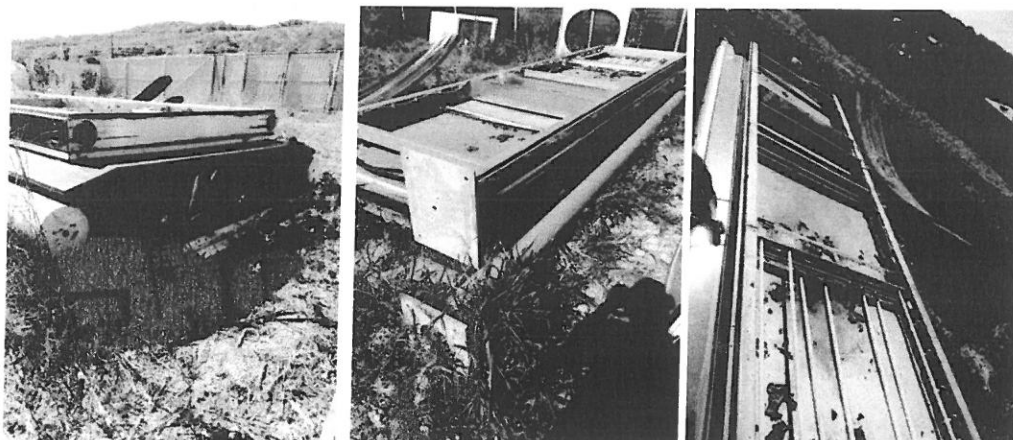
Pretul este / bucata.

ID: 225634839

Vizualizări: 64

[Raportează](#)

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA



Oferta 2

<https://www.olx.ro/d/oferta/ecran-panou-publicitar-led-exterior-outdoor-video-wall-IDf2WHA.html#d701d563da>



Postat 30 septembrie 2021

Ecran / panou publicitar LED exterior / outdoor /
video wall

5 900 € Prețuri negociabile

PROMOVEAZĂ REACTUALIZEAZĂ

Vanzator



Ionut SAFTA

Reputat 4.8 (100%)
Active pe 14 octombrie 2021

[Mai multe anunțuri ale acestui vânzător](#)

0744 779 079

Trimite mesaj

Localizare

Focsani,
Vrancea

vezi harta de traseu



Ai o afacere cu expunere stradală? Poți să îți faci reclama singur pe acest panou led.

Panoul este momentan amplasat în Piața Unirii din FOCSANI, calitate superioară, made in Italy, a trecut testul timpului ca să zic așa. Perfect funcțional, sunt câteva leduri arse pe care o să le înlocuim ușor atunci când îl vom da jos de pe suport.

Ecranul se vinde cu toate accesoriile: procesor video, laptop, sistem wifi pentru încărcarea conținutului.

Dimensiuni: 5m x 2,5m

Se vinde pentru upgrade, deci suportul metalic nu este inclus în preț.

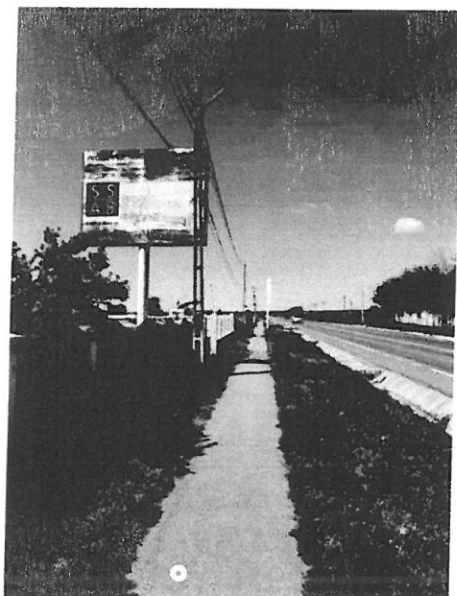
La vremea lui a costat peste 10000€, detinem documente în acest sens. Se oferta factura. Rog și ofer seriozitate.

ID: 222343506

ÎNCHIRIERI DE PANOURI PUBLICITARE

Oferta 1

<https://www.olx.ro/d/oferta/panou-publicitar-de-inchiriat-3x4m-situat-pe-dn-1b-sau-e577-IDeXQC6.html#49cfb0c67c>



Vanzator



plesediverse

pe OLX din aprilie 2021

Activitate: 15-42

[Mai multe anunțuri ale acestui vânzător](#)

072 163 4747

Trimite mesaj



Localizare

Tomsani,
Prahova

[Vezi harta mare](#)



Postat: 04 octombrie 2021



Panou publicitar de închiriat 3x4m, situat pe DN 1B sau E577

99 €



PROMOVEAZĂ



REACTUALIZEAZĂ

Persoana fizică

(P) BCR: **la-ti cardul de credit VISA!**

Descriere

Inchiriez panou publicitar cu dimensiunea de 3x4m .
Panoul se afla pe DN 1B la intrare în localitatea Loloiasca
Se închiriază pe termen lung, detalii la telefon.

ID: 221132306

Vizualizări: 398

[Raportează](#)

RAPORT DE EVALUARE BUNURI MOBILE – PANOU PUBLICITAR
CLIENT: U.A.T. COVASNA

Oferta 2

<https://www.olx.ro/d/oferta/inchiriez-panou-publicitar-tulcea-la-dn22-IDffB3t.html#49cfb0c67c>



Vanzator



adlna

Pe OLX din ianuarie 2014

Activ pe 13 octombrie 2021

[Mai multe anunțuri ale acestui vânzător](#)

074 105 6209

[Trimite mesaj](#)

Localizare

 Ostrov Tataru,
Tulcea

la 243km de Târg



Postat: 07 octombrie 2021



inchiriez panou publicitar Tulcea la DN22

500 lei



PROMOVEAZĂ



REACTUALIZEAZĂ

Firma

Extravilan / Intravilan: Intravilan

Suprafata utila: 10 m²

(P) BCR: **la-ti cardul de credit VISA!**

Descriere

Inchiriez spatiu pentru publicitate stradala, panoul publicitar fiind pozitionat cu iesire la DN22 TL-CT, zona PECO, intrare in oras

ID: 225362403

Vizualizări: 58

 [Raportează](#)

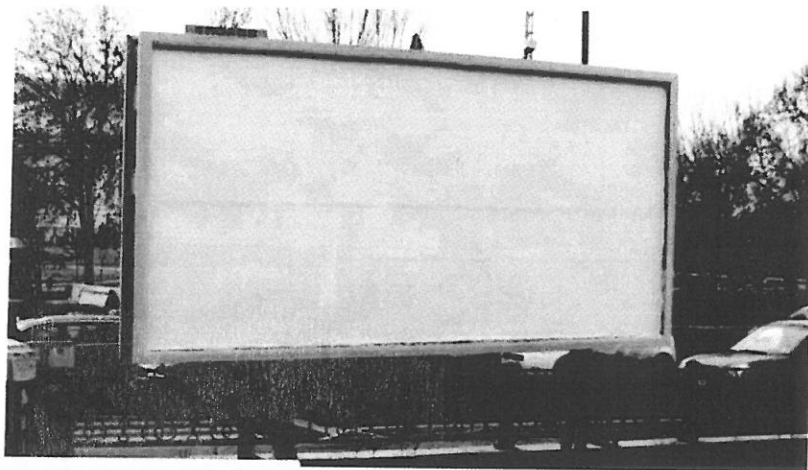
Oferta 3

<https://www.oradesibiu.ro>

Se licitează panourile de publicitate stradală la Sibiu! Află câte sunt!

ODS

ULTIMA ORĂ



Prețul între 10 și 35,2 euro/amplasament

Pentru alte 12 amplasamente destinate montării mijloacelor de publicitate, municipalitatea se plănuiește să încaseze cel puțin 35,2 euro/amplasament lunar, respectiv 19,8 euro/amplasament în fiecare lună. Locațiile sunt situate pe mai multe străzi din Sibiu, din care amintim doar câteva: str. Constituției, Rusciorului, Șoseaua Alba Iulia, Calea Dumbrăvii sau Mihai Viteazu. De asemenea, pentru alte 39 de amplasamente, firmele interesate vor trebui să plătească 35,2 euro/amplasament, respectiv câte 10 euro/amplasament, în funcție de zonă.



ROMANIA
JUDETUL COVASNA
PRIMARIA ORAȘULUI COVASNA



Nr. 16322/01.11.2021
Ind.dos.:II/G/I

RAPORT DE SPECIALITATE
privind vanzarea prin licitație publică a unui panou publicitar din
domeniul privat al orașului Covasna și scoaterea lui din patrimoniu

Tinand cont de Referatul de aprobare al Primarului, avand in vedere faptul ca Primaria orașului Covasna prin Procesul verbal inregistrat cu numărul 8540/16.07.2021 a inclus in patrimoniul Orașului un panou publicitar abandonat pe domeniul public al orașului, acest bun fara stapan s-a inregistrat in inventarul domeniului privat al orașului Covasna, cu scopul de a fi valorificat ulterior prin licitație publică, deoarece poate prezenta un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme, care sa poata genera consecințe grave: pierderi de vieti omenesti, vatamare grava a integritatii corporale, distrugerea totala sau partiala a unor bunuri ori alte pericole,

Raportat la:

- necesitatea administrării eficiente și eficace a bunurilor din patrimoniul orașului Covasna

- atragerea de venituri la bugetul propriu

apreciem ca fiind justificată soluția vanzării prin licitație publică deschisa a panoului publicitar din domeniul privat al orașului Covasna și scoaterea lui din patrimoniu.

Conform raportului de expertiza tehnica (evaluare), intocmit de catre evaluator autorizat Gáspár Kitti PFA, nr. inregistrare 15850/20.10.2021, valoarea de piata a panoului publicitar impreuna cu structura de sustinere a acestuia este de 1.112 euro, respectiv 5.500 lei, acesta fiind si pretul de pornire al licitației. La pretul de adjudecare al bunului se va adauga si pretul evaluării acestuia, in cuantum de 800 lei.

Conform Art. 363 alin. (7) din ORDONANȚĂ DE URGENȚĂ nr. 57/2019 privind **Codul administrativ**-Răspunderea juridică privind corectitudinea

stabilirii prețului prevăzut în raportul de evaluare revine exclusiv evaluatorului care a întocmit respectivul raport de evaluare.

Având în vedere cele expuse, consideram legală și oportună adoptarea proiectului de hotărâre privind vânzarea prin licitație publică a panoului publicitar din domeniul privat al orașului Covasna și scoaterea lui din patrimoniu.

Intocmit
Varga Monica



ORASUL COVASNA.

DOCUMENTAȚIA DE ATRIBUIRE

**privind vanzarea prin licitație publică a unui panou publicitar din domeniul privat al
orasului Covasna și scoaterea lui din patrimoniu**

CUPRINS:

- INFORMAȚII GENERALE PRIVIND VANZATORUL
- INSTRUCȚIUNI PRIVIND ORGANIZAREA ȘI DESFĂȘURAREA PROCEDURII DE VANZARE
- CAIET DE SARCINI
- FIȘA DE DATE A PROCEDURII
- FORMULARE SI MODELE DE DOCUMENTE
- CONTRACT-CADRU CONTINAND CLAUZE CONTRACTUALE OBLIGATORII

DOCUMENTAȚIE DE ATRIBUIRE
privind vanzarea prin licitație publică a unui panou publicitar din
domeniul privat al orașului Covasna și scoaterea lui din patrimoniu

SECȚIUNEA I
INFORMAȚII GENERALE PRIVIND VANZATORUL

Art. 1. Orașul Covasna, cod fiscal 4404613 având contul deschis la Trezoreria Municipiului Târgu Secuiesc, cu sediul administrativ în orașul Covasna, str. Piliske nr. 1, tel : 0267340001

SECȚIUNEA II
INSTRUCȚIUNI PRIVIND ORGANIZAREA ȘI DESFĂȘURAREA
PROCEDURII DE VANZARE

Art. 2. Atribuirea contractului de vânzare se va face prin procedură de licitație publică deschisă, cu respectarea prevederilor Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 57/2019 privind Codul administrativ.

Art. 3. Procedura de atribuire este licitația publică deschisă, procedura la care persoana fizică sau juridică are dreptul de a depune oferta.

Art. 4. Anunțul de licitație se publică în Monitorul Oficial al României, Partea a VI a, într-un cotidian de circulație națională și într-unul de circulație locală.

Art. 5. Anunțul de licitație se trimite spre publicare cu cel puțin 20 de zile calendaristice înainte de data limită pentru depunerea ofertelor.

Art. 6. (1) În vederea participării la licitație, ofertanții sunt obligați să achite la casieria instituției:

- taxa pentru obținerea documentației de atribuire în sumă de 30 lei (nereturnabilă);
- garanție de participare în cuantum de 550 lei.

(2) Vânzătorul va pune la dispoziția persoanelor interesate, pe suport de hârtie documentația de atribuire în cel mult 4 zile lucrătoare de la primirea unei solicitări din partea acesteia.

Art. 7.

(1) Orice persoană interesată are dreptul de a solicita clarificări privind documentația de atribuire.

(2) Vânzătorul are obligația de a răspunde în mod clar, complet și fără ambiguități, la orice clarificare solicitată, într-o perioadă care nu trebuie să depășească 5 zile lucrătoare de la primirea solicitării.

(3) Vânzătorul are obligația de a transmite răspunsul la orice clarificare cu cel puțin 5 zile lucrătoare înainte de data limită pentru depunerea ofertelor.

(4) În cazul în care solicitarea de clarificare nu a fost transmisă în timp util, punând astfel vânzătorul în imposibilitatea de a respecta termenul prevăzut la alin. (2), acesta din urmă are totuși obligația de a răspunde la solicitarea de clarificare în măsura în care perioada necesară pentru elaborarea și transmiterea răspunsului face posibilă primirea acestuia de către persoanele interesate înainte de data limită de depunere a ofertelor.

(5) Vânzătorul are obligația de a transmite răspunsurile însoțite de întrebările aferente

către toate persoanele interesate care au obținut documentația de atribuire, luând măsuri pentru a nu dezvălui identitatea celui care a solicitat clarificările respective.

Art. 8.

(1) Procedura de licitație se poate desfășura numai dacă au fost depuse cel puțin 2 oferte valabile.

(2) În cazul în care în urma publicării anunțului de licitație nu au fost depuse cel puțin 2 oferte valabile, vânzătorul este obligat să anuleze procedura și să organizeze o nouă licitație.

(3) În cazul organizării unei noi licitații potrivit alin. (2), procedura este valabilă în situația în care se vor depune doua oferte valabile.

(4) Sunt considerate oferte valabile ofertele care îndeplinesc criteriile de valabilitate prevăzute în caietul de sarcini al vânzării.

Art. 9. (1) Plicurile care conțin oferta, închise și sigilate, se deschid la data prevăzută în anunțul de licitație.

(2) După deschiderea plicurilor exterioare în sedință publică, comisia de evaluare elimină ofertele care nu conțin totalitatea documentelor și a datelor solicitate potrivit prezentei documentații.

(3) Pentru continuarea desfășurării procedurii de licitație este necesar ca, după deschiderea plicurilor exterioare, cel puțin 2 oferte să întrunească condițiile prevăzute în prezenta documentație.

(4) După analizarea conținutului plicului exterior, secretarul comisiei de evaluare întocmește procesul-verbal în care se va menționa rezultatul analizei, care va fi semnat de către toți membrii comisiei de evaluare și de către ofertanți.

(5) Deschiderea plicurilor interioare, se face numai după semnarea procesului-verbal menționat anterior.

(6) În urma analizării ofertelor de către comisia de evaluare pe baza criteriilor de valabilitate, secretarul acesteia întocmește un proces-verbal care trebuie semnat de toți membrii comisiei, în care menționează ofertele valabile, ofertele care nu îndeplinesc condițiile de valabilitate și motivele excluderii acestora din urmă de la procedura de atribuire.

(7) În baza procesului-verbal, comisia de evaluare întocmește în termen de o zi lucrătoare, un raport pe care îl transmite conducătorului autorității contractante.

(8) În termen de cel mult 3 zile lucrătoare de la primirea raportului comisiei de evaluare, autoritatea contractantă informează, în scris, cu confirmare de primire, ofertantul declarat câștigător și ofertanții ale căror oferte au fost excluse, indicând motivele care au stat la baza excluderii.

(9) Contestațiile privind derularea procedurii de atribuire prin licitație publică a panoului publicitar și scoaterea lui din patrimoniu se depun la sediul Primăriei orașului Covasna, în termen de 3 zile lucrătoare calculate de la data primirii informării cu privire la excluderea ofertei și vor fi soluționate de către o comisie constituită prin dispoziția primarului.

(10) Pe parcursul aplicării procedurii de licitație, comisia de evaluare poate propune vânzătorului solicitarea oricăror clarificări și, după caz, completări ale documentelor prezentate de ofertanți pentru demonstrarea conformității ofertei cu cerințele solicitate.

(11) În termen de 3 zile lucrătoare de la primirea propunerii comisiei de evaluare, vânzătorul o transmite ofertanților vizați.

(12) Ofertanții trebuie să răspundă la solicitarea vânzătorului în termen de 5 zile lucrătoare de la primirea acesteia.

(13) În cazul în care ofertantul declarat câștigător refuză încheierea contractului, procedura de atribuire se anulează, iar vânzătorul reia procedura, în condițiile legii.

SECȚIUNEA III CAIET DE SARCINI

Art. 10. Informații generale privind obiectul vanzarii

11.1. DENUMIREA ȘI SEDIUL AUTORITĂȚII ADMINISTRAȚIEI PUBLICE:

a) Denumire: U.A.T. oras Covasna

b) Sediul: orasul Covasna, str. Piliske nr. 1, tel : 0267340001, cod fiscal 4404613

10.2. LEGISLATIE APLICATĂ

-Ordonanța de Urgență nr. 57/2019 privind Codul administrativ;

-Legea nr. 287/2009 privind Codul Civil, republicată, cu modificările și completările– ulterioare.

10.3. OBIECTUL VÂNZĂRII

Obiectul licitației îl constituie vanzarea prin licitație publică a unui panou publicitar din domeniul privat al orasului Covasna si scoaterea lui din patrimoniu

10.4. TIPUL DE PROCEDURĂ APLICATĂ

Procedura prin care se va face vânzarea este licitație publică deschisă, cu ofertă la plic, închis și sigilat.

10.5. PREȚUL MINIM DE ATRIBUIRE

Prețul minim de pornire a licitației este de 5500 lei, lei conform raportului de evaluare intocmit de catre evaluator autorizat Gáspár Kitti PFA.

10.6. CUANTUMUL ȘI NATURA GARANȚIILOR

Garantia de participare la licitație este de 550 lei, taxa pentru achiziționarea documentației este de 30 lei (nereturnabilă), și pot fi achitate la casieria Primariei Covasna.

10.7. DESFĂȘURAREA LICITAȚIEI PUBLICE.

Sedința publică de deschidere a ofertelor se va desfășura la sediul Primariei orasului Covasna la data precizată în anunțul de vânzare. Perioada de valabilitate a ofertei este de 90 de zile de la data deschiderii ofertelor.

Art. 11. Condiții generale ale vânzării panoului publicitar impreuna cu structura de rezistenta a acestuia:

11.1. CONDIȚII DE ELIGIBILITATE

Pentru a fi considerat eligibil, ofertantul trebuie să depună toate documentele solicitate. Participarea la licitația publică este permisă persoanelor fizice și persoanelor juridice române sau straine legal constituite, care au achitat garanția și taxa de participare la licitația publică și care îndeplinesc următoarele condiții:

- **pentru persoanele fizice** – și-au îndeplinit la zi toate obligațiile de plată a taxelor și impozitelor catre bugetul local si bugetul consolidat de stat;

- **pentru persoanele juridice:** - nu sunt în stare de faliment ori lichidare; - societatea și-a îndeplinit la zi toate obligațiile de plată a impozitelor și taxelor locale, precum și la bugetul consolidat de stat;

Nu vor participa la licitație persoanele fizice/juridice care au debite față de Primaria orasului Covasna si bugetul de stat. Prin înscrierea la licitație, toate condițiile impuse prin caietul de sarcini se consideră însușite de ofertant. Pentru desfășurarea procedurii licitației publice organizate în vederea vânzării bunurilor este obligatorie participarea a cel puțin 2 ofertanți.

11.2. MODALITĂȚI DE PLATĂ

Achitarea prețului de vânzare cumpărare a bunului se va face la data semnării contractului de vânzare-cumpărare.

Neachitarea contravalorii bunului mobil în termenul menționat conduce la rezilierea contractului de vânzare-cumpărare.

11.3. SOLUȚIONAREA LITIGIILOR

Litigiile de orice fel apărute între părțile contractante în cursul derulării contractului sunt de competența instanțelor judecătorești, dacă nu pot fi rezolvate pe cale amiabilă între părți cu notificare prealabilă.

SECȚIUNEA IV

INSTRUCȚIUNI PRIVIND MODUL DE ELABORARE ȘI PREZENTARE A OFERTELOR

Art. 12.

- (1) Ofertantul are obligația de a elabora oferta în conformitate cu prevederile documentației.
- (2) Oferta are caracter obligatoriu, din punct de vedere al conținutului, pe toată perioada de valabilitate stabilită de vânzător. Perioada de valabilitate a ofertei este de 90 de zile, calculată de la data deschiderii ofertelor.
- (3) Ofertele se depun la sediul Primăriei orașului Covasna până la data limită precizată în anunțul procedurii de licitație.
- (4) Riscurile legate de transmitere a ofertei, inclusiv forța majoră, cad în sarcina persoanei interesate.
- (5) Oferta depusă la o altă adresă a vânzătorului decât cea stabilită sau după expirarea datei limită pentru depunere se returnează nedeschisă.
- (6) Ofertele se redactează în limba română.

Art. 13.

- (1) Oferta se transmite în două plicuri sigilate, unul exterior și unul interior, care se înregistrează, în ordinea primirii ofertelor, în registrul Primăriei, precizându-se data și ora.
- (2) Pe plicul exterior se va indica obiectul vânzării pentru care este depusă oferta („Vânzare panou publicitar împreună cu structura de rezistență”), numele și adresa ofertantului însoțită de un număr de telefon.

(3) Plicul va conține următoarele documente de calificare:

PENTRU PERSOANE FIZICE:

Plicul exterior:

- Declarație de participare, semnată de ofertant, fără îngroșări, ștersături sau modificări;
- Copie de pe cartea de identitate
- Acte doveditoare privind intrarea în posesia caietului de sarcini – Chitanța;
- Acte doveditoare privind garanția de participare la licitație – Chitanța;
- Certificat privind plata obligațiilor către bugetul local eliberat de către Direcția de specialitate din cadrul Primăriilor în a căror rază teritorială activează ofertantul din care să reiasă că ofertantul nu are obligații restante la bugetul local valabil la data deschiderii ofertelor, în original sau copie legalizată

Plicul interior

- Va conține oferta propriu-zisă, închis, sigilat va fi introdus în plicul exterior, alături de

documentele de calificare și se înscriu numele sau denumirea ofertantului, precum și domiciliul.

PENTRU PERSOANE JURIDICE:

Plicul exterior:

- Declarație de participare, semnată de ofertant, fără îngroșări, ștersături sau modificări;
- Copie de pe cartea de identitate – pentru reprezentant legal al persoanei juridice;
- Acte doveditoare privind intrarea în posesia caietului de sarcini – Chitanța;
- Acte doveditoare privind garanția de participare la licitație – Chitanța;
- Certificat de înregistrare CUI – copie conform cu originalul - pentru persoane juridice;
- Autorizație de funcționare – copie conform cu originalul - pentru persoane fizice autorizate;
- Declarație pe propria răspundere a reprezentantului legal al societății comerciale din care să rezulte că societatea nu se află în reorganizare sau lichidare judiciară - pentru persoane juridice;
- Certificat constatator privind plata obligațiilor către bugetul general consolidat de stat eliberat de D.G.F.P. din care să reiasă faptul că ofertantul nu are datorii către Bugetul general consolidat valabil la data deschiderii ofertelor, în original sau copie legalizată (pentru persoane juridice/ fizice autorizate);
- Certificat privind plata obligațiilor către bugetul local eliberat de către Direcția de specialitate din cadrul Primăriilor în a căror rază teritorială activează ofertantul din care să reiasă că ofertantul nu are obligații restante la bugetul local valabil la data deschiderii ofertelor, în original sau copie legalizată

Plicul interior

-va conține oferta propriu-zisă, închis, sigilat va fi introdus în plicul exterior, alături de documentele de calificare și se înscriu numele sau denumirea ofertantului, precum și domiciliul sau sediul social.

Art. 14.

- (1) Persoana interesată are obligația de a depune oferta la adresa și până la data limită pentru depunere, stabilită în anunțul de participare.
- (2) Riscurile legate de transmiterea ofertei, inclusiv, forța majoră, cad în sarcina persoanei interesate.
- (3) Oferta depusă la o altă adresă a vânzătorului alta decât cea menționată în anunțul de licitație sau după expirarea datei limită pentru depunere se returnează nedeschisă.

SECȚIUNEA V INFORMAȚII PRIVIND CRITERIUL DE ATRIBUIRE

Art. 15.

- (1) Criteriul de atribuire al contractului de vânzare-cumpărare este „**Prețul cel mai mare oferit peste prețul minim de pornire al licitației**”.
- (2) Vânzătorul are obligația de a stabili oferta câștigătoare pe baza criteriului de atribuire menționat la alin. (1).
- (3) Comisia de evaluare va solicita depunerea în plic închis a unei noi oferte financiare, în vederea stabilirii ofertantului câștigător, în cazul în care 2 ofertanți au oferit același preț.

SECȚIUNEA VI NEINCHEIEREA CONTRACTULUI

Art. 16.

(1) Neîncheierea contractului într-un termen de 20 de zile calendaristice de la data împlinirii termenului prevăzut de O.U.G. 57/2019 poate atrage plata daunelor-interese de către partea în culpă.

(2) Refuzul ofertantului declarat câștigător de a încheia contractul poate atrage după sine plata daunelor-interese.

(3) În cazul în care ofertantul declarat câștigător refuză încheierea contractului, procedura de licitație se anulează, iar autoritatea contractantă reia procedura, în condițiile legii.

4) Daunele-interese prevăzute la alin. (1) și (2) se stabilesc de către tribunalul în a cărui rază teritorială se află sediul autorității contractante, la cererea părții interesate, dacă părțile nu stabilesc altfel.

5) În cazul în care autoritatea contractantă nu poate încheia contractul cu ofertantul declarat câștigător din cauza faptului că ofertantul în cauză se află într-o situație de forță majoră sau în imposibilitatea fortuită de a executa contractul, autoritatea contractantă are dreptul să declare câștigătoare oferta clasată pe locul doi, în condițiile în care aceasta este admisibilă.

6) În cazul în care, în situația prevăzută la alin. (5), nu există o ofertă clasată pe locul doi admisibilă, se aplică prevederile alin. (3).

SECȚIUNEA VII

INSTRUCȚIUNI PRIVIND MODUL DE UTILIZARE AL CĂILOR DE ATAC

Art. 17.

(1) Vânzătorul și cumpărătorul vor face toate eforturile pentru a rezolva pe cale amiabilă orice neînțelegere ori dispută care se poate ivi între ei în cadrul sau în legătură cu îndeplinirea contractului.

(2) Dacă, după 15 zile de la începerea acestor tratative neoficiale, vânzătorul și cumpărătorul nu reușesc să rezolve în mod amiabil o divergență contractuală, soluționarea litigiilor apărute în legătură cu atribuirea și încheierea contractului de vânzare, precum și a celor privind acordarea de despăgubiri se realizează potrivit prevederilor Legii contenciosului administrativ.

SECȚIUNEA VIII

DISPOZIȚII FINALE

Art. 18. Drepturile și obligațiile părților se stabilesc prin contract și în conformitate cu caietul de sarcini.

FIȘA DE DATE A PROCEDURII

A. DENUMIREA ȘI SEDIUL AUTORITĂȚII ADMINISTRAȚIEI PUBLICE:

- a) Denumire: U.A.T. oras Covasna
- b) Sediul: orasul Covasna, str. Piliske nr. 1, tel : 0267340001, cod fiscal 4404613

B. OBIECTUL VANZARII:

Autoritatea contractantă invită persoanele juridice și/sau fizice interesate să depună oferte în vederea vânzării prin licitație publică deschisă a panoului publicitar împreună cu structura de rezistență, proprietatea orașului Covasna.

C. MOTIVELE CARE JUSTIFICA INITIEREA VANZARII:

Rațiunile de ordin legislativ, economic, financiar și social care motivează vânzarea terenului sunt următoarele:

- necesitatea administrării eficiente și eficace a bunurilor din domeniul public și privat al orașului Covasna
- atragerea de venituri la bugetul propriu;

D. PROCEDURA DE VANZARE:

Licitație publică deschisă, cu ofertă la plic, închis și sigilat, și presupune:

- publicarea anunțului publicitar în Monitorul Oficial al României, Partea a VI-a, într-un cotidian de circulație națională, într-un ziar de circulație locală și pe pagina de internet;
- participarea persoanelor interesate la licitația publică cu ofertă, organizată în vederea vânzării bunului.

Toate amănunțele privitoare la obiectul vânzării vor fi cuprinse în caietul de sarcini care va fi obținut contra cost de la Primăria orașului Covasna, iar contravaloarea documentației de atribuire este de 30 lei și este nereturnabilă.

Garantia de participare la licitație este de 5.174 lei.

E. ELEMENTE DE PREȚ:

- Preț pornire licitație: 5.500 lei
- Garantia de participare la licitație: **550 lei.**
- Preț documentație de atribuire: **30 lei – nereturnabilă.**

OFERTANT _____

DECLARAȚIE DE PARTICIPARE LA LICITAȚIE

Către,

Urmare a anunțului publicitar în apărut
de _____ prin prezenta, data
noi,

(denumirea ofertantului) ne manifestăm intenția fermă de participare la
licitația organizată în data de _____, ora _____ pentru
vanzarea prin licitație publică a unui panou publicitar împreună cu structura
de rezistență, proprietatea orașului Covasna,

Am luat cunoștință de condițiile de participare la licitație, condițiile respingerii
ofertei, prevăzute în caietul de sarcini și ne asumăm responsabilitatea respectării
lor în condițiile stabilite. Oferta noastră este valabilă pe o perioadă de 90 de
zile de la data deschiderii ofertelor.

Data _____

Ofertant

S.C.....S.R.L (S.A)
Persoană fizică _____
Sediul/Domiciliul _____

Nr. inreg. Reg. Comerțului J/ ____ /
C.F sau CNP _____

FORMULAR DE OFERTA

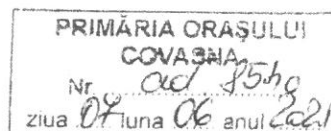
Pentru vanzarea unui panou publicitar impreuna cu structura de rezistenta, proprietatea orasului Covasna, supus vânzării prin licitație publică deschisă organizată la data de _____ ora ____ oferim un preț de cumpărare de _____ (prețul se va exprima în cifre și litere).

Menționăm faptul că în cazul în care oferta noastră va fi declarată câștigătoare ne obligăm să acceptăm, necondiționat și în întregime, toate condițiile de vânzare menționate de către organizatorul procedurii în instrucțiunile de participare la licitație și caietul de sarcini. Oferta noastră este valabilă un numar de 90 de zile.

Nume, prenume
In calitate de
Stampila societatii



Al. Negușiu
Al. Popov
Comisari
demonstrare
panoului



Catre,

Primaria Oras Covasna

Referitor la : adresa nr. 8540/13.05.2021

Subscrișa CENTU SPRL cu sediu în Brasov, str. Olarilor, nr. 16, înregistrat la RFO II sub nr. 0285/2006, cod fiscal 22271116 reprezentată prin asociat coord. Centu Aurel, în calitate de lichidator judiciar al **SC FABRICA DE ZAHAR BOD SA**, cu sediul în Str. Fabricii nr.1, Bod, jud. Brasov, având Cod Unic de Înregistrare RO1135146 înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Brasov sub nr. J08/179/1991 numit prin sentința civilă nr.1427/Sind din data de 05.12.2017, pronunțată de Tribunalul Brasov, referitor la intenția d-voastră de a desființa panoul publicitar care se referea la Fabrica de Zahar Bod SA și structura metalică de susținere a panoului și îndepărtarea acesteia de pe domeniul public, va comunicăm următoarele :

Împotriva SC FABRICA DE ZAHAR BOD SA a fost deschisă procedura insolvenței începând cu luna ianuarie anul 2011, și procedura falimentului începând cu 05.12.2017, conform sentinței civile nr.1427/Sind a Tribunalului Brasov.

În perioada ianuarie 2011 și până în prezent Fabrica de Zahar Bod SA nu a încheiat contract de închiriere/concesiune cu Primaria oras Covasna pentru teren pe care să se amplaseze un panou publicitar.

Cu ocazia inventarierii bunurilor din patrimoniul debitaorei Fabrica de Zahar Bod SA, lichidatorul judiciar nu a identificat în evidența contabilă panoul publicitar și structura metalică a acestuia, amplasat în Orasul Covasna zona Valea Zanelor, despre care faceți referire în respectiva adresă.

Ca urmare, subscrișa nu va proceda la desființarea/demontarea structurii metalice a panoului publicitar la care faceți referire, rămânând la latitudinea dumneavoastră îndepărtarea acestuia de pe domeniul public.

Lichidator judiciar CENTU S.P.R.L.
 Asociat coordonator, Centu Aurel





ROMÂNIA
JUDEȚUL COVASNA

CONSILIUL LOCAL AL ORASULUI COVASNA

Nr. înreg. 2540/16.07.2021

Aprob Primar,
GYERŐ JÓZSEF



PROCES VERBAL
privind includerea in patrimoniul Orasului a unui bun abandonat/fara
stapan

În urma identificării pe domeniul public al orașului a unui panou publicitar inscripționat cu mesajul "Fabrica de zahar Bod", societate aflată în insolvență, acesta având mesajul publicitar deteriorat, neglijat, a fost înaintată o adresă către Lichidatorul judiciar al Fabricii de zahar Bod SA-CENTU SPRL, să recurgă la desființarea panoului publicitar și a structurii metalice de susținere a acestuia și la îndepărtarea de pe domeniul public al Orașului Covasna, deoarece în perioada 2011 și până în prezent, Fabrica de zahar Bod SA nu a încheiat un contract de închiriere/concesiune cu Primăria Orașului Covasna pentru terenul pe care este asamblat acest panou publicitar.

Răspunsul lichidatorului judiciar CENTU SPRL (anexa la prezenta) la solicitarea noastră a fost că nu a identificat în evidența contabilă a Societății acest bun, că urmare nu va proceda la desființarea/demontarea structurii metalice a panoului publicitar, rămânând la latitudinea Orașului îndepărtarea acestuia.

Mentineră acestui mijloc de publicitate pe domeniul public al orașului poate prezenta un grad de pericol public datorat factorilor de risc naturali, fenomene meteorologice periculoase, seisme, care să poată genera consecințe grave: pierderi de vieți omenești, vătămare gravă a integrității corporale, distrugerea totală sau parțială a unor bunuri ori alte consecințe grave.

Având în vedere:

Prevederile ORDONANȚEI DE URGENȚĂ nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ:

Art. 87 alin.(5) Autoritățile administrației publice locale administrează sau, după caz, dispun de resursele financiare, precum și de bunurile proprietate publică sau privată ale unităților administrativ-teritoriale, în conformitate cu principiul autonomiei locale.

Art. 354 alin.(1) Domeniul privat al statului sau al unităților administrativ-teritoriale este alcătuit din bunuri aflate în proprietatea lor și care nu fac parte din domeniul public.

alin.(2) Asupra acestor bunuri, statul sau unitățile administrativ-teritoriale au drept de proprietate privată.

In conformitate cu prevederile Noului Cod Civil:

Art. 557

(1) Dreptul de proprietate se poate dobândi, în condițiile legii, prin convenție, moștenire legală sau testamentară, accesiune, uzucapiune, ca efect al posesiei de bună-credință în cazul bunurilor mobile și al fructelor, prin ocupațiune, tradițiune, precum și prin hotărâre judecătorească, atunci când ea este translativă de proprietate prin ea însăși.

(2) În cazurile prevăzute de lege, proprietatea se poate dobândi prin efectul unui act administrativ.

Art. 562 alin. (2) -abandonarea bunului mobil este o cauză de stingere a dreptului de proprietate asupra acestuia. Abandonarea este o acțiune voluntară a proprietarului, făcută cu intenția de a se desista de bun. Ea deschide calea spre dobândirea dreptului de proprietate prin ocupațiune pentru un alt posesor.

Art 941

(1)-Posesorul unui lucru mobil care nu aparține nimănui devine proprietarul acestuia, prin ocupațiune, de la data intrării în posesie, însă numai dacă aceasta se face în condițiile legii.

(2)- Sunt lucruri fără stăpân bunurile mobile abandonate, precum și bunurile care, prin natura lor, nu au un proprietar, cum sunt animalele sălbatice, peștele și resursele acvatice vii din bazinele piscicole naturale, fructele de pădure, ciupercile comestibile din flora spontană, plantele medicinale și aromatice și altele asemenea.

Art. 944

Vânzarea bunului găsit:

Dacă, datorită împrejurărilor sau naturii bunului, păstrarea sa tinde să îi diminueze valoarea ori devine prea costisitoare, el va fi vândut prin licitație

publică, conform legii. În acest caz, drepturile și obligațiile legate de bun se vor exercita în legătură cu prețul obținut în urma vânzării.

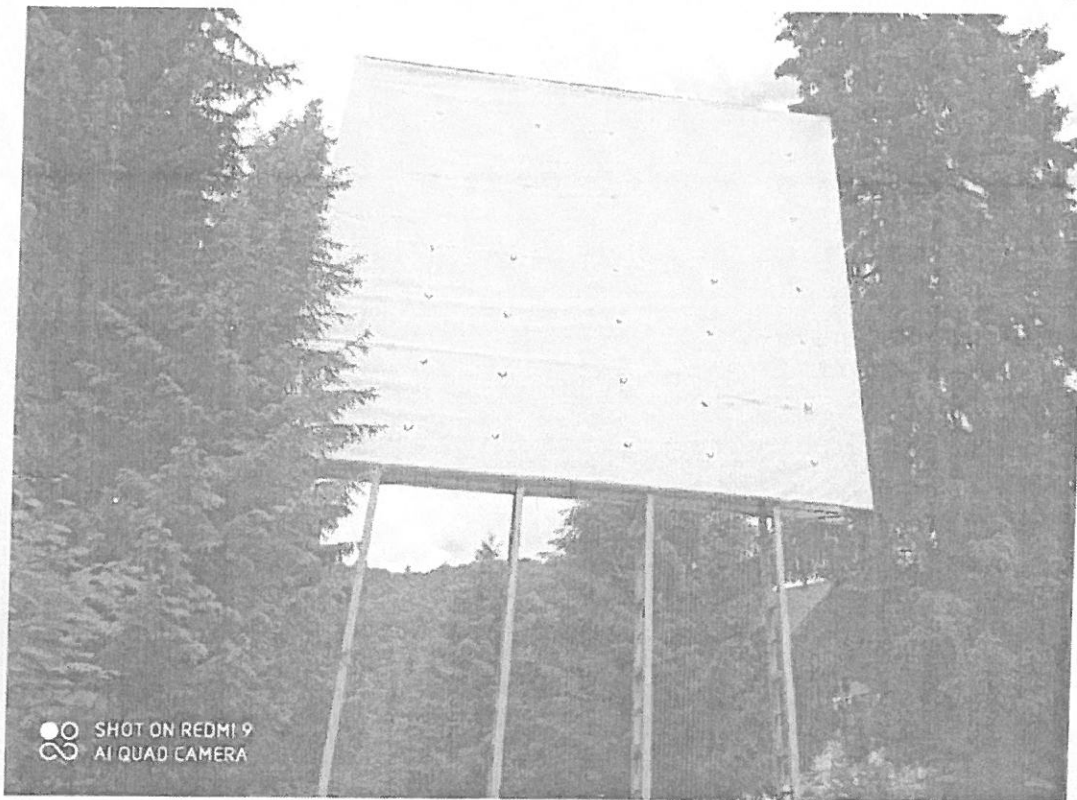
Avand in vedere faptul ca acest panou publicitar si structura metalica de sustinere a acestuia este abandonat pe domeniul public al Orasului Covasna, si nu figureaza in inventarul patrimoniului fabricii de zahar Bod SA, consideram necesara includerea in patrimoniul orasului Covasna, ulterior procedand la valorificarea acestuia.

Intocmit,
Varga Monica



6/30/2021

Facebook



FISA MIJLOCULUI FIX Nr. inventar 250 Doc. de provenienta Proces Verbal inreg sub nr.8540/16.07.2021 Valoare de inventar 0.00 Rata amortizare lunara .NULL. Denumirea mijlocului fix si caracteristici tehnice: Panou publicitar Accesorii:	Grupa PRIMARIE
	Codul de clasificare 3.1.2.
	Data dării de folosință Anul 2021 Luna 7
	Data amortizării complete Anul 01/07/23 Luna 01/07/23
	Durata normală de funcționare (luni): 24
	Cota de amortizare: 0 %

Nr. inventar	Documentul (felul, nr., data)	Operatiunile care privesc miscarea, cresterea sau diminuarea valorii mijlocului fix	Buc	Debit	Credit	Sold	Soldul contului 105
250	01/09/21	Intrare	1	.NULL.			
250	01/09/21		1	.NULL.			
250	01/09/21	.NULL.	1	.NULL.	.NULL.		

NUME GESTIONAR,