

Drive

PORSCHE
ALBANIA

12/12



ŠKODA, tashmë 4 vjet garanci

ŠKODA, Now with Four-Year Warranty

F/Pg. 8

Me sytë nga viti 1912

1912 in focus

F/Pg. 14

Gjithçka që ju duhet - asgjë më pak!

Everything you need, nothing you don't!

F/Pg. 12



Porsche Albania ju uron:

“Gëzuar festat e fundvitit”

PORSCHE

ALBANIA

Revista Drive është një botim periodik i Porsche Albania.

Realizimi: Botues Porsche Albania, Realizimi grafik: Euro RSCG Tirana, Albania.

Burimi: Audi: Audi-Mediaservice.com,
SEAT: media.seat.com,
VW Makina Tregtare:
volkswagen-media-services.com,
Skoda: press.skoda-auto.com.
Servisi: Database i Porsche Albania-s.

Për komente, pyetje apo sygjerime ju lutem na kontaktoni në office@porsche.al ose në numrin e telefonit: +355 (04) 240 74 30.

Porsche Albania,
Autostrada Tiranë-Durrës, Km. 3, Mëzez.
Telefon: +355 (04) 240 74 30, Fax.: +355 (04) 240 74 34,
e-mail: office@porsche.al; <http://www.porsche.al>

Përmbajtja - Contents

- 03 **I DASHUR LEXUES** - DEAR READER
- 04 **GRUPI "VOLKSWAGEN" DORËZON TEK KONSUMATORI MBI SHTATË MILION AUTOMJETE PËR HERË TË PARË GJATË DHJETËMUJORIT***
- VOLKSWAGEN GROUP DELIVERS WELL OVER SEVEN MILLION VEHICLES FOR FIRST TIME IN PERIOD TO OCTOBER*
- 06 **TË SYNOSH MË TË MIRËN** - AIMING HIGH
- 08 **ŠKODA, TASHMË 4 VJET GARANCI** - ŠKODA, NOW WITH FOUR-YEAR WARRANTY
- 09 **MARKETING OVERVIEW** - PANORAMA MARKETING
- 10 **SFIDA DHE RISI ME SISTEMIN K2** - CLIMBING THE K2
- 11 **DIZAJNI I AUDI-T NË PLAN TË PARË: NJË SHIKIM NGA AFËR I STRATEGJISË SË RE PËR DIZAJNIN**
- AUDI DESIGN CLOSE-UP: A CLOSE LOOK AT THE NEW DESIGN STRATEGY
- 12 **GJITHÇKA JU DUHET - ASGJË MË PAKI** - EVERYTHING YOU NEED, NOTHING YOU DON'T!
- 14 **ME SYTË NGA VITI 1912** - 1912 IN FOCUS
- 16 **SEAT I RI LEON** - NEW SEAT
- 18 **VOLKSWAGEN CADDY EDITION 30** - VOLKSWAGEN CADDY EDITION 30
- 21 **SHIKIM RETROSPEKTIV DHE PROSPEKTIV PËR KOMPANINË** - COMPANY RETROSPECT AND OUTLOOK
- 22 **GJËRAT KANË NDRYSHUAR** - SOMETHING DIFFERENT IN THE AIR
- 23 **NUK DUA GJË TJETËR PËR KRISHTLINDJE** - ALL I WANT FOR CHRISTMAS

I dashur lexues,

Njëqind vjetori i Pavarësisë e ka shënuar thuajse të gjithë arenën politike dhe tregtare të Shqipërisë gjatë gjashtëmuajorit të dytë të këtij viti, një festë të cilën e kemi ndarë dhe gëzuar me të gjithë klientët, miqtë dhe partnerët tanë.

Siç pritej, viti 2012 ishte i vështirë për biznesin shqiptar, i cili u përball me rënien e zgjatur ekonomike të vendeve fqinje, pasojat e së cilës kanë ndikuar në zakonet blerëse të shqiptarëve.

Por, çdo e keqe shoqërohet edhe nga një e mirë: "Porsche Albania" ka arritur një rritje të rëndësishme të përqindjes së tregut, e ka zgjeruar portofolin e markave dhe ka punuar me partnerët e saj për të filluar shërbime të reja për klientët në vitin 2013. Jemi veçanërisht krenarë për arritjet tona dhe më se të gatshëm për këtë vit të ri.

Në artikujt në vijim, mund të lexoni më shumë për vështirësitë dhe arritjet tona, dhe, pse jo, mund të ndajmë bashkë edhe diçka nga pasioni me të cilin punojmë.

Në emër të "Porsche Albania" dëshirojmë t'ju urojmë:

Gëzuar 100-vjetorin e Pavarësisë, Gëzuar Krishtlindjet dhe Vitin e Ri!

Gëzuar!

Ekipi i Revistës "Drive"

Dear Reader,

Albania's Independence Centenary has marked almost all the political and commercial arena in Albania in the second half of 2012, a celebration that we shared and enjoyed with our clients, friends and partners.

As expected, 2012 was a challenging year for Albanian businesses that had to cope with the prolonged economic downturn of the neighboring countries, the effects of which have influenced the Albanians' buying patterns.

Yet, as they say 'every cloud has a silver lining', at Porsche Albania we achieved an important increase in our market share, enlarged our brands portfolio and have worked with our partners to introduce new services to our customers in 2013. We take special pride in our achievements, and we are all set for this upcoming year.

In the following articles you can read more about our challenges and achievements, and - why not - share a little bit of the passion we put in our work.

On behalf of Porsche Albania we would like to wish you:

A Happy 100 Years of Independence, Merry Christmas and a Happy New Year.

Enjoy!

Drive Magazine Team

Progress

Grupi “Volkswagen” dorëzon tek konsumatori mbi shtatë milion automjete për herë të parë gjatë dhjetëmujorit*

Volkswagen Group delivers well over seven million vehicles for first time in period to October*



Christian Klingler

anëtar bordi për shitjet në VW - VW group board member for sales

Grupi “Volkswagen” ka arritur një rritje prej 10,2 përqind të dorëzimit të produktit gjatë periudhës janar-tetor 2012, duke dorëzuar mbi 7,5 milion automjete tek klientët (janar-tetor 2011: 6,8 milion)* dhe kështu lëvron mbi shtatë milion automjete për herë të parë gjatë një periudhe të tillë. Grupi ka regjistruar një rritje prej 14,6 përqind për muajin tetor, duke lëvruar 788.700 automjete (tetor 2011: 688.000 automjete)*. “Grupi “Volkswagen” është zhvilluar shumë mirë gjatë muajit tetor. Kemi pasur përsëri rezultate të fuqishme në Amerikën e Veriut, në Kinë, si edhe në Rusi. Mirëpo vijon pasiguria në treg, sidomos në Evropën Perëndimore,” – tha në qytetin e Wolfsburgut anëtar i përgjegjës për shitjet pranë Këshillit të Grupit, zoti Christian Klingler.

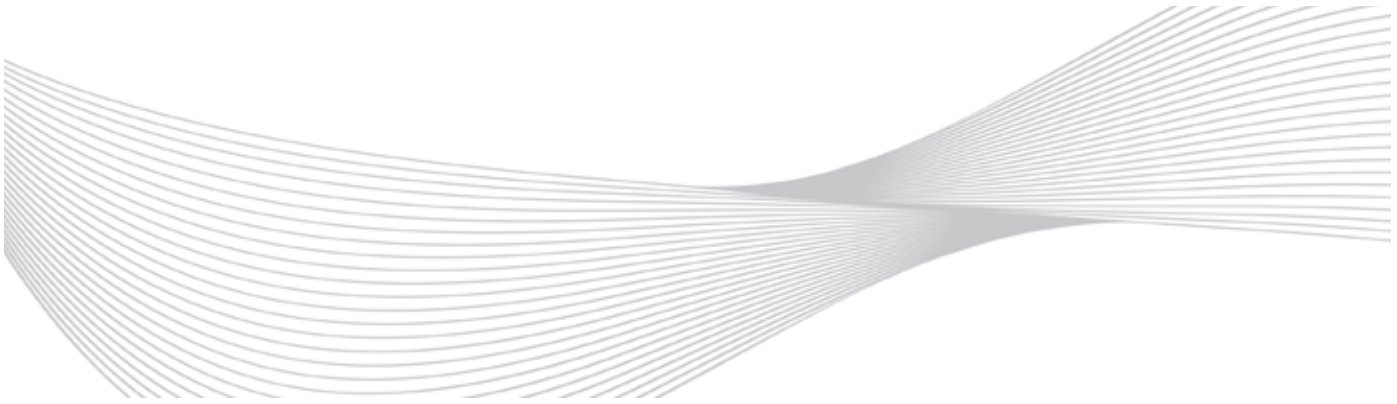
Lëvrimi i automjeteve në kontinentin amerikan vazhdoi të zhvillohet mirë, ku numri i automjeteve të dorëzuara në rajonin e Amerikës së Veriut gjatë periudhës janar-tetor u rrit me 25,4 përqind, në 681.200 automjete (në krahasim me 543.000), nga të cilat 481.100 (360.400; +33,5 përqind) janë lëvruar në Shtetet e Bashkuara të Amerikës. Grupi “Volkswagen” ka dorëzuar mbi 842.200 (777.200; +8,4 përqind) automjete në Amerikën e Jugut gjatë së njëjtës periudhë, nga të cilat 644.000 (586.900; +9,7 përqind) u janë lëvruar klientëve brazilianë.

Grupi ka shënuar shifra shumë të kënaqshme edhe në rajonin e Azisë dhe Paqësorit, ku klientëve u janë lëvruar 2,56 milion automjete (2,15 milion; +19 përqind) gjatë periudhës deri në muajin tetor, nga të cilat 2,26 milion automjete (1,89 milion; +19,6 përqind) janë lëvruar në Kinë, tregun më të madh të këtij rajoni. Në Indi, numri i automjeteve të dorëzuara u rrit me 3,6 përqind, në 94.900 (91.700) automjete.

Markat e Grupit lëvruan 3,1 milion automjete (3,07 milion; +0,9 përqind) në të gjithë tregun evropian gjatë periudhës janar-tetor. Si pasojë e situatës së vazhdueshme të vështirë të tregut, prodhuesi më i madh i automjeteve në Evropë dorëzoi tek klienti 1,57 milion automjete (1,67 milion; -5,8 përqind) në Evropën Perëndimore (pa përfshirë Gjermaninë). Në Gjermani, grupi “Volkswagen” e rriti numrin e automjeteve të lëvruara në 994.500 (960.800; +3,5 përqind). Grupi “Volkswagen” vazhdoi të rritet në Evropën Qendrore dhe Lindore, ku 534.600 (441.500; +21,1 përqind) automjete iu dorëzuan klientëve, nga të cilat 262.200 (178.700; +46,7 përqind) janë lëvruar në Rusi, tregun më të madh të këtij rajoni.

Gjatë vitit 2012, tregu shqiptar i makinave të reja u zvogëlua me rreth 40 përqind (sipas të dhënave për periudhën janar-nëntor 2012) krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit 2011. Përkundër kësaj situatë të zymtë, shoqëria “Porsche Albania” ia doli t’i risë pjesët që zënë në treg të gjitha markat e saj me më shumë se 8,8 përqind krahasuar me një vit më parë. Këtë arritje e kanë bërë të mundur zmadhimi i portofolit të markave të shoqërisë, si dhe ecuria individuale e të gjitha markave.

**) përfshin lëvrimet nga marka Porsche duke filluar nga data 1 gusht 2012; nuk përfshin markat MAN dhe Scania.*



The Volkswagen Group achieved a 10.2 percent increase in worldwide deliveries from January to October 2012, handing over 7.50 (January-October 2011: 6.80)* million vehicles to customers and thus delivering well over seven million units for the first time in this period. The Group recorded a 14.6 percent rise for the month of October, delivering 788,700 (October 2011: 688,000)* units. "The Volkswagen Group developed very well in October. We again put in a strong performance in North America, China and also Russia. However, market uncertainty continues, particularly in Western Europe", Group Board Member for Sales Christian Klingler said in Wolfsburg.

Deliveries on the American continent continued to develop well with the number of vehicles handed over in the North America region from January to October growing 25.4 percent to 681,200 (543,000) units, of which 481,100 (360,400; +33.5 percent) were delivered in the United States. The Volkswagen Group handed over 842,200 (777,200; +8.4 percent) vehicles in South America during the same period, of which 644,000 (586,900; +9.7 percent) were delivered to Brazilian customers.

The Group also recorded very satisfactory figures in the Asia-Pacific region, where 2.56 (2.15; +19.0 percent) million vehicles were delivered to customers in the period to October, of which 2.26 (1.89; +19.6 percent) million units were delivered in China, the region's largest single market. In India, deliveries grew 3.6 percent to 94,900 (91,700) vehicles.

Group brands delivered 3.10 (3.07; +0.9 percent) million vehicles on the overall European market from January to October. As a result of the continued difficult market situation, Europe's largest automaker handed over 1.57 (1.67; -5.8 percent) million vehicles to customers in Western Europe (excluding Germany). In the home market of Germany, the company grew deliveries to 994,500 (960,800; +3.5 percent). The Volkswagen Group continued to achieve growth in Central and Eastern Europe, where 534,600 (441,500; +21.1 percent) vehicles were handed over to customers, of which 262,200 (178,700; +46.7 percent) were delivered in Russia, the region's largest single market.

During 2012 Albanian new car market dropped around 40% (Jan-Nov 2012 data) compared to same period in 2011. Despite the gloomy situation Porsche Albania has managed to improve its all brands market share by more than 8.8% compared to previous year. The enlargement of the company brand portfolio as well as the individual performance of all its brands has made this achievement possible.

**) including deliveries by the Porsche brand from August 1, 2012; excluding MAN and Scania*



Të synosh më të mirën

Aiming High



Gentian Bushati Drejtor i Përgjithshëm në Porsche Albania / General Manager at Porsche Albania

Më 1912, një politikan i vjetër dhe i regjur mblodhi përfaqësues nga treva të ndryshme të Shqipërisë dhe bëri që pas më shumë se pesë shekujsh fjala Shtet shqiptar të mos ishte më 'herezi' në trojet Shqiptare.

Të synosh më të mirën, të sfidosh kushtet dhe vështirësitë aktuale, të mos bësh kompromis por të përpiqesh për diçka më të mirë dhe më të lartë është pjesë e mësimeve që të gjithë duhet të nxjerrim këtë përvjetor të njëqindtë të pavarësisë.

Viti 2012 ka qenë pa dyshim një vit me sfida për tregun automotiv shqiptar. Sipas statistikave, gjashtëmujori i parë i vitit 2012 u karakterizua nga një rënie krahasuar me të njëjtën periudhë një vit më parë. Të dhënat paraprake për gjashtëmujorin e dytë të vitit tregojnë se tregu i automjeteve të reja ka shënuar një rënie të paprecedentë me afërsisht 40% në krahasim me një vit më parë. Kriza ekonomike e vendeve fqinje dhe legjislati në vendin tonë, i cili favorizon dukshëm importin e makinave të përdorura, vazhdojnë të jenë faktor përcaktues në këtë ecuri. Rreth 46 mijë makina të përdorura kanë hyrë këtë vit në Shqipëri, me të gjithë problematikën e lidhur me sigurinë dhe mbrojtjen e ambientit, kostot e mirëmbajtjes së tyre, shmangien nga tatimi i plotë, çështje këto të cilat tashmë kërkojnë një përgjigje.

In 1912, an old and refined politician convened representatives from various Albanian regions, and helped decriminalize the phrase "Albanian state" across Albanian regions after more than five centuries.

Aiming high, challenging one's current conditions and obstacles, refusing to compromise and attempting something better and higher are among the lessons we should all note in this Independence Centenary.

2012 was a year of challenges for the Albanian automotive market. Statistical data for the first half of 2012 show that there was a fall compared with the same period in the previous year. The preliminary data for the second half of the year show that the market of new vehicles has been marked by an unprecedented fall by nearly 40% compared with the previous year. The economic crisis in the neighbouring countries, and the Albanian legislation, which notably favours the importing of second-hand vehicles, continue to be determining factors in relation to this performance. About 46,000 second-hand vehicles have been imported into Albania this year, bringing in all the related issues of safety, environmental protection, maintenance costs, and avoidance of paying full taxes, which are yet to be addressed.

Si kemi vepruar në Porsche Albania në një situatë të tillë?

Ne në Porsche Albania u kemi kushtuar një rëndësi të veçantë atyre faktorëve të cilët mund të ndikojnë. Dhe padyshim fokusi ka qenë dhe mbetet konsumatori dhe me këtë fokus e kemi zgjeruar portofolin e markave dhe të modeleve. Gjithashtu jemi përqëndruar tek përmirësimi i pozitave në treg, duke i shtuar vlerë produktit të zgjedhur nga konsumatori si në aspektin e shitjeve ashtu edhe në atë të pas shitjeve. (Kuptohet, kjo vlerë e shtuar ndikon në fitimin bruto të shitjes). Reduktimi i kostove, investimi proaktiv në marketing dhe komunikim janë vetëm disa ndër elementët kryesorë në të cilat jemi angazhuar.

Në këtë vit të vështirë jemi krenarë që, edhe përballë presionit të vazhdueshëm për të ulur shpenzimet në përgjithësi, shpenzimet e personelit nuk janë prekur. Struktura e Porsche Albania-s nuk është reduktuar. Përkundrazi, ka pasur një rritje të lehtë, gjë që thekson më tej faktin se burimet njerëzore në Porsche Albania nuk shihen si kosto por si pasuri më vete dhe ne vazhdojmë të investojmë në këtë departament, duke e konsideruar atë si shtyllën kryesore për të pasur sukses në treg.

Bindja që kemi në filozofinë tonë se në një kohë të vështirë përfitimet për klientët duhet të jenë edhe më të prekshme na ndihmoi të ideonim ofertën tonë më të fundit: "Fito Pavarësinë Tëndë!".

Të frymëzuar nga 100-vjetori i Pavarësisë, ne sollëm edhe ofertën më të mirë historike nga Porsche Albania. Përzgjedhëm 100 makina, siguruam (për herë të parë në Shqipëri) 100% financim të blerjes dhe qëndruam hapur edhe të shtunë e të djelë (nga data 28 nëntor deri më 11 dhjetor) për të qenë më të arritshëm për ata të cilët nuk mund të shkëputen gjatë ditëve të javës. Por jo vetëm kaq. Njëri prej atyre të cilët përfituan nga kjo kontratë pati fatin që festat e fund-vitit t'i festonte edhe me një makinë tjetër SKODA Citigo, dhuratë nga Porsche Albania. Kjo ofertë u prit mjaft pozitivisht nga tregu dhe pati rezultate konkrete në shifrat e shitjeve. Jemi mjaft krenarë që Porsche Albania u bë pjesë e festimeve të 100-vjetorit të Pavarësisë me këtë ofertë.

Pavarësisht vështirësive që po lëmë pas, ne shohim përpara drejt një të ardhmeje me shumë risi, mundësi, oferta tërësisht të reja, arritje por edhe sfida të cilat na bëjnë më të fortë.

Viti i Ri 2013 do të jetë një vitë e vështirë, por ne do të vazhdojmë gjithmonë në qendër konsumatorin dhe punonjësit tanë, padyshim markat tona të mrekullueshme pjesë të Grupit Volkswagen. Kjo është strategjia dhe filozofia jonë: besojmë tek vlerat tona.

Vitin që vjen në tregun shqiptar do të debutojnë shumë modele të reja dhe kjo është një garanci më shumë për rrugën drejt suksesit. Në vitin 2013 Porsche Albania do të prezantojë plot 9 modele të reja nga markat Audi, SEAT, ŠKODA, VW dhe VW makina tregare. Këto modele do të bëjnë më të mundur që konsumatorët apo blerësit e mundshëm të vazhdojnë ta konsiderojnë si zgjedhje të parë Porsche Albania-n. Investimet tonanë zhvillimin e burimeve njerëzore dhe në marketing do të njohin të njëjtin ritëm zhvillimi edhe në vitin 2013. Ne do të jemi në kërkim të vazhdueshëm për alternativa të reja dhe inteligjente për komunikimin, duke u qëndruar edhe më afër kërkesave të klientëve.

Me kënaqësi, u uroj të gjithë lexuesve të revistës Drive, por edhe të gjithë klientëve, kolegëve, partnerëve si dhe furnitorëve:

Gëzuar Krishtlindjet dhe Vitin e Ri 2013!

What have we, at Porsche Albania, done in such a situation?

We have paid special attention to those factors that might have an impact. And the focus has obviously been on our customers, which has led us to extending our portfolio of brands and models. We have also focused on enhancing our position on the market by adding more value to the products selected by consumers, on both sales and post-sales aspects. (It is understandable that this added value affects gross sales margins). Cost reduction, proactive investment in marketing and communication are only some of the key areas of our commitment.

In this difficult year we are proud to have kept personnel expenses unchanged, despite a constant pressure for expense reductions in general. Porsche Albania structure was not reduced. In the contrary, it was increased slightly, which further demonstrates that Porsche Albania considers human resources not as costs but as assets. It also reflects our constant investment in our human resources, which we consider as the pillar supporting our market success.

Our confidence in our philosophy that in challenging times benefits for our customers should be even more tangible, helped us conceive our latest offer: "Gain your Independence"!

Inspired by the Independence Centenary we have introduced our best offer ever in Porsche Albania. We selected one hundred vehicles, we offered 100% financing (for the first time ever in Albania), and opened our doors on Saturdays and Sundays from 28 November till 11 December to be more accessible to those who cannot reach us on workdays. There is more to it, too. One of those benefiting from this type of contract was fortunate to enjoy the Season's holidays with an additional SKODA Citigo car—a gift from Porsche Albania. The offer was received quite positively on the market, and had a significant impact on sales. We are proud that Porsche Albania was part of the Independence Centenary celebrations with this offer.

Despite the difficulties we are leaving behind, we look towards a future with more innovation, opportunities, totally new offers, as well as challenges from which we will emerge stronger.

2013 is going to be a challenging year, but we will continue to focus on our customers and our staff, and of course, our wonderful VW Group brands. Our strategy and philosophy: Confidence in Our Values!

A lot of new models are going to be introduced in the Albanian market next year, and this is one more assurance towards success. Porsche Albania is going to launch nine new models from Audi, SEAT, ŠKODA, VW and VW LNF in 2013. Those models will contribute to consumers continuing to consider Porsche Albania as their first choice. Our investment in HR development and marketing is going to be the same in 2013, too. We will be in the lookout for smart new communication alternatives in order to be closer to our customers' demands.

I have the pleasure to wish all the Drive readers, as well as all our customers, colleagues, partners and suppliers:

Merry Christmas and a Happy 2013!



ŠKODA, tashmë 4 vjet garanci

ŠKODA, now with Four-Year Warranty

Ing. Denis Rusi konsulent produkti në Porsche Albania shpjegon për 'Drive' kushtet më të reja të garancisë ŠKODA.

Z. Rusi, fillimisht, përse kjo ofertë?

Ka shumë arsye. Nëse do të më duhej t'i kategorizoja do të përmendja:

- Filozofia e markës. Slogani 'thjesht e zgjuar' përshkruan më së miri tiparet e përzgjedhjes së ŠKODA-s. Prej vitesh tashmë ŠKODA vjen si zgjedhje e parë e atyre të cilët janë në kërkim të raportit më të mirë cilësi/çmim. Duke i qëndruar besnik filozofisë së markës vetë kompania është në kërkim të vazhdueshëm të zgjidhjeve inteligjente të cilat përmirësojnë edhe më tej raportin, bazë të kësaj marke. 4 vjet garanci është qetësi për çdo klient të automjeteve ŠKODA.
- Vlera të rëndësishme. Në një kohë ku ofertat bëhen më ekstravagante por më pak thelbësore për nevojat e klientit, ŠKODA në Porsche Albania i jep vlerë të rëndësishme zgjedhjes tuaj. Garancia opsionale 4-vjeçare, nuk është thjesht një argument shitjeje, por ajo flet qartë për prioritetet tona në treg.
- Besim tek produktet tona. Garancia opsionale 2+2 është tregues i qartë i besimit që kemi tek produktet tona. Teknologjia më e mirë e grupit VW na jep neve sigurinë dhe juve qetësinë se makina juaj do të punojë pa probleme gjatë gjithë kësaj kohe.

Ju përmendët faktin se kjo ofertë është opsionale. Si funksionon?

Çdo makinë e shitur në Porsche Albania ka garanci dy vjeçare pa kufizim kilometrash të përshkruar dhe kjo është e përfshirë në çmimin e makinës. Për të gjithë ata të cilët duan që garancia e makinës së tyre të vazhdojë edhe përtej këtij afati dy vjeçar mundet që në momentin e porositjes së makinës të shtojë opsionin e garancisë së zgjatur. Si element opsional i kontratës së blerjes ka një kosto të përcaktuar në bazë të modelit.

Po një person i cili vendos të blejë një makinë të prodhuar tashmë. A mund ta përfitojë edhe ai garancinë e zgjatur?

Po. Një person i cili zgjedh një makinë, tashmë të prodhuar, mundet që të porosisë opsionin e garancisë së zgjatur.

Nëse për garancinë bazë (2-vjeçare) nuk ka asnjë kufizim kilometrash të përshkruar, a ka një kufizim të tillë për garancinë e zgjatur?

Në statistikën tona rezulton se një makinë në Shqipëri përshkon mesatarisht rreth 20 mijë kilometra në vit. Për një periudhë katër vjeçare kjo makinë do të përshkojë mesatarisht 80 mijë kilometra. Për këtë arsye mendojmë se limiti prej 120 mijë kilometrash që kemi vendosur i përmbush më së miri nevojat e klientëve shqiptarë. Të gjithë ata të cilët përzgjedhin opsionin e garancisë së zgjatur mund ta përfitojnë atë brenda këtij kufiri.

Z. Rusi, faleminderit për kohën dhe informacionin.

Ing. Denis Rusi, Product Consultant, Porsche Albania, explains for the Drive the newest ŠKODA warranty conditions

Mr. Rusi, can you first tell us: why this offer?

There are many reasons for this offer. I would like to mention only a few:

- Brand philosophy: Its slogan, "Simply clever" perfectly describes the ŠKODA characteristics of choice. ŠKODA has been for many years the first choice for those people who are seeking the best quality/price balance. Faithful to its brand philosophy, ŠKODA is constantly searching for smart solutions that would further enhance that balance. A four-year warranty gives peace of mind to any ŠKODA customer.
- Important values: In times where offers become increasingly extravagant but less essential for customers' needs, ŠKODA in Porsche Albania gives value to your choice. The optional four-year warranty is not simply a sales argument, but rather a clear indication of our priorities in the market.
- Confidence in our products: This optional two-plus-two warranty is clear proof of our confidence in our products. The best technology of the VW group provides us with confidence and you with peace of mind that your car will run smoothly during this time.

You mentioned that the offer is optional. How does it work?

Any vehicle sold by Porsche Albania comes with an unlimited two-year warranty at no extra cost to the purchaser. Those who want their warranty to be valid beyond that two-year period, can choose the option of extended warranty at the moment of putting an order for a vehicle. Since it is an optional purchase contract element, it comes at a cost based on the model.

What if someone decides to buy a vehicle that is already in stock? Can he, too, get an extended warranty?

Yes, a person choosing a vehicle that is already in stock can also order the option of extended warranty.

While there is no limit of driven kilometres in the case of basic two-year warranty, is there a limit on extended warranty?

Our statistics show that a vehicle in Albania is driven for about 20,000 kilometres a year. For four years that vehicle will have been driven for about 80,000 kilometres. For this reason, we think that the limit of 120,000 kilometres that we have set on this warranty is quite suitable to the needs of Albanian customers. Subject to that limit, all those who would like to have extended warranty can do so.

Thank you for your time and information, Mr. Rusi.

Panorama Marketing

Marketing Overview

Audi në Polis

Audi A1 dhe Audi A5 Sportback ishin të ftuarit e veçantë të cilët mirëpritën studentët dhe pjesëmarrësit në TAW (Tirana Architectural Weeks) organizuar nga Universiteti Polis, 11 tetor 2012. Të gjithë patën mundësi të merrnin më tepër informacione mbi këto modele që janë ikona të dizajnit Gjerman si dhe të regjistroheshin për test drive për të provuar emocionet e markës me katër rrrathë.

Audi at Polis

Audi A1 and Audi A5 Sportback were the special guests that were welcomed by the students and participants in TAW (Tirana Architectural Weeks), which was organized by Polis University on 11 October 2012. The participants were given the opportunity to have more information on those models that are icons of German design, and sign up for a test drive to try the emotions of the brand with four rings.



A promotional graphic for Porsche Albania's 100th anniversary. It features the text 'FITO PAVARËSINË TËNDE' in large, bold, black letters. Below this, in red, it says '100 VJET · 100 MAKINA' and '100 ORË · 100% FINANCIM'. At the bottom, there is a '100 YEARS EDITION' logo with a stylized eagle and the 'PORSCHE ALBANIA' logo.

Fito pavarësinë tënde!

Në kuadër të festimeve të 100-vjetorit të Pavarësisë, nga data 28 nëntor deri më 11 dhjetor, Porsche Albania prezantoi ofertën më të mirë historike. Për herë të parë në Shqipëri klientët patën mundësinë të përfitonin 100% financim për blerjen e makinës së tyre si edhe këste preferenciale.

Gain your Independence!

In the framework of the Independence Centenary celebrations, Porsche Albania launched its best historic offer from 28 November till 11 December. For the first time ever in Albania, customers could get full financing with preferential instalments on the purchase of their new car.

ŠKODA dhe Shoqata e Taksive Tirana

Në qershor të këtij viti ŠKODA organizoi një takim me anëtarët e shoqatës së taksive Tirana, ku ndërmjet të tjerave, u prezantuan veçantitë e Markës Çeke. Të ftuarit patën rastin të shohin nga afër ŠKODA Superb, Octavia por edhe Fabia si edhe të informoheshin jo vetëm mbi karakteristikat e tyre por edhe mbi mënyrat e financimit dhe përfitimet që Porsche Albania kishte menduar për ta.

ŠKODA and Tirana Taxi Association

Last June ŠKODA organized a meeting with the Tirana Taxi Association members where the special features of the Czech brand were discussed, among other things. The participants could see from close ŠKODA Superb, Octavia and Fabia, and were informed not only on their characteristics but also on the financing terms and other benefits that Porsche Albania had in store for them.



Sfida dhe risi me sistemin K2



Climbing the K2

Shoqëria "Porsche Albania" është ndër vendet e para që fut në përdorim hapësirën e re në internet të markës ŠKODA, të mbështetur në sistemin novator të menaxhimit të përmbajtjes, që ndryshe njihet me termin "K2".

Versioni i mëparshëm i uebsajtit të ŠKODA-s kishte një numër gjithnjë e në rritje vizitorësh dhe një gamë të gjerë informacionesh në gjuhën shqipe. Në këtë aspekt, a mos ka qenë kalimi në platformën e re në një kohë të papërshtatshme? Ekipi i revistës "Drive" diskutoi për këtë pyetje me Drejtorin e Marketingut të Porsche Albania, zotin Dorian Mehmeti.

1. Çfarë kishte që nuk shkonte me hapësirën ekzistuese në internet të ŠKODA-s?

DM: Absolutisht, asgjë. Kishim një uebsajt plotësisht funksional, me thujse 60 faqe me informacione në shqip për modelet tona. Numri i vizitorëve po rritej në mënyrë të qëndrueshme, ndërsa informacioni përditësohej periodikisht.

1. Atëherë, përse ky kalim në këtë projekt të ri? Cilat janë përfitimet?

DM: Këto shtatë vjet aktivitet në tregun shqiptar kemi mësuar se nuk mjafton të jesh mjaftueshmërisht i mirë. Thonë se një artikull i teknologjisë së lartë vjetrohët me të dalë nga dyqani, le më pastaj të mendosh se çfarë ndodh pas dy vjetësh ekzistencë online.

Uebsajti i ri, të cilin ne e quajmë projekti K2, përfshin përmirësime të rëndësishme, jo vetëm nga ana pamore por edhe sa i takon administrimit të përmbajtjes. Tani çdo gjë është e ndërlidhur. Ngjyrat dhe pajisjet e makinave, fotografitë dhe videot ndryshohen automatikisht që nga fabrika. Uebsajti i ri, jo vetëm që ka më shumë stil, por është edhe më i lehtë dhe i këndshëm në përdorim.

1. Mesa dimë, Shqipëria është ndër vendet e para që e ka përqaftuar këtë projekt. Përse ky projekt është i rëndësishëm për ne?

DM: Shoqëria "ŠKODA Auto" filloi projektin K2 dhe përzgjedhi një grup tregjesh si vende pilot për ta zbatuar për këtë projekt. Është e vërtetë (dhe për këtë jemi veçanërisht krenarë), Shqipëria është ndër vendet e para që po bën kalimin drejt sistemit K2. Shumë shpejt, të gjitha tregjet do të bëjnë të njëjtën gjë, duke qenë se sistemi K2 do të jetë standardi i ri për hapësirat në internet të shoqërisë "ŠKODA Auto".

Si staf i shoqërisë "Porsche Albania" na pëlqen t'i "llastojmë" paksa klientët shqiptarë. Në fund të vitit që shkoi ne hodhëm në tregun shqiptar modelin Audi Q3 në të njëjtën kohë me tregjet perëndimore, dhe premtojmë se do ta vazhdojmë këtë praktikë edhe për projekte të tjera.

1. Mund t'u tregoni diçka lexuesve, se për se do të jetë projekti i ardhshëm?

DM: Po. Le të lexojnë numrin e ardhshëm të revistës "Drive".

Porsche Albania is among the first countries to introduce the new ŠKODA website based on the innovative CMS known as K2.

The previous version of the ŠKODA website had a steadily growing number of visitors and a wide range of information in Albanian. In this regard, was the move to the new platform an untimely project? The Drive Magazine Team discussed this question with the Marketing Director of Porsche Albania, Mr. Dorian Mehmeti.

1. What was wrong with the existing ŠKODA website?

DM: Absolutely nothing. We had an entirely functional website with almost 60 pages of information on our models in Albanian. The number of visitors was growing steadily, and the information was being updated periodically.

1. Then why move to the new project? What are the benefits?

DM: In the seven years of operation in this market we have learned that good enough is not enough. They say that a high tech item gets obsolete once you leave the store, so can you imagine what happens after almost two years of being live online?

The new website that we call the K2 project has introduced significant improvements not only visually but also in the content administration. Now everything is interconnected. Car colors and equipment, pictures and videos are automatically changed from the factory.

The new website is not only more stylish, but also more easy and fun to navigate through.

1. We understand that Albania was among the first markets to introduce this project. Why is this important for us?

DM: ŠKODA Auto introduced the K2 project and chose a group of markets as pilot countries to implement it. It is true (and we take special pride in it) that Albania was among the first countries to make the switch to K2. Very soon all the markets will have to follow suit as K2 will be the new standard in ŠKODA Auto websites.

At Porsche Albania we like to 'spoil' a little the Albanian customer. At the end of last year we introduced the Audi Q3 at the same time as western markets, and we promised that we would also continue this practice for other projects.

1. Any hints, for our readers, on what the next pioneering project would be about?

DM: Yes. Read the next issue of the Drive Magazine.

Dizajni i Audi-t në plan të parë: një shikim nga afër i strategjisë së re për dizajnin

Audi Design Close-Up: A close look at the new design strategy

Wolfgang Egger, drejtues i dizajnit në Audi: "E kemi përqendruar vëmendjen në produkte origjinale dhe e kemi nxjerrë enkas në pah anën teknologjike"

Audi po i jep dizajnit një drejtim të ri. Së pari, do të ketë një dallim më të madh ndërmjet serive të modeleve. Së dyti, brezat e modeleve të ardhshme do të shpalojnë në dizajnin e tyre më shumë aspekte teknike. Një parametër tjetër i rëndësishëm i strategjisë së re për dizajnin është se aspekti i jashtëm dhe ai i brendshëm përbëjnë një të tërë që është më në kohezion. Se si mund të vihet në jetë ky orientim i ri strategjik, e dëshmon vetura e re eksponat, kupeja crosslane Audi.

Wolfgang Egger beson me vendosmëri se "një dizajn i mirë duhet të shprehë gjithmonë një vizion". Shefi i dizajnit të Audi-t e ndjen se dizajni në industrinë automobilistike është i gatshëm për të ndryshuar. "Na duhet diçka e re, pa e braktisur traditën". Dizajni i Audi-t është riorganizuar, ndërsa zoti Egger dhe ekipi i tij janë duke e ripërcaktuar fokusin e tyre. Ky ekip po e vendos më shumë theksin tek procesi kreativ dhe, kështu, po ushtron një ndikim të konsiderueshëm në dizajnin e produkteve të ardhshme të Audi-t.

Wolfgang Egger, Head of Audi Design: "We are focused on authentic products and show technology intentionally"

Audi is taking its design in a new direction. First, there will be greater differentiation between the model series; second, future model generations will show more technical aspects in the design. Another important parameter of the new design strategy is that the exterior and interior form an even more cohesive unit. Just how this new strategic orientation can be implemented is demonstrated by the current show car, the Audi crosslane coupé.

Wolfgang Egger firmly believes that "good design must always express a vision." The Head of Audi Design senses that automotive design is ready for a change. "We need something new without breaking with tradition." Audi Design has been reorganized, and Egger and his team are redefining their focus. They are placing more emphasis on the creative process and are thus exerting a substantial influence on the design of future Audi products.



Audi shpalos teknologjinë: Struktura e karrocisë në formën e një strukture rrjetë duket qartë e integruar në dizajnin e kupës crosslane.
Audi reveals its technology: The body structure in the form of a Space Frame is clearly integrated into the design of the crosslane coupé.

Integrimi i teknologjisë në dizajn

Gjuha dhe filozofia e ndryshuar e dizajnit të Audi-t do të përqendrohen tek një lidhje e fortë ndërmjet teknologjisë dhe dizajnit. Kredoja e Egger-it: "Vetëm kur dizajni dhe teknologjia gërshetohen së bashku, automobili mund të shprehë një mesazh të fortë për markën e Audi-t". Për rrjedhojë, teknologjia nuk do të jetë më e mbyllur, e vendosur nën sipërfaqe, por do të jetë e ekspozuar. Për herë të parë, bashkimi i teknologjisë me dizajnin do të theksojë elementet teknike të brendshme në mënyrë kaq të fuqishme, saqë do të krijojë një dimension të ri të originalitetit të produktit.

Technology integrated into design

The refined Audi design language and philosophy will focus on a strong link between technology and design. Egger's credo: "Only when design and technology mesh perfectly does an automobile make a statement for the Audi brand." Technology will therefore no longer be enclosed, but rather exposed. For the first time, the union of technology and design will emphasize internal technical elements so strongly that it will create a new dimension of product authenticity.



Audi A3:

Gjithçka që ju duhet - asgjë më pak!

Everything you need, nothing you don't!

Kush nuk e njeh modelin e gjithanshëm të Audi-t, të vogël por edhe të madh, sportiv po aq sa dhe familjar, të fuqishëm por njëkohësisht edhe ekonomik? Për ata që ende nuk e njohin: është Audi A3 Sportback! Modeli i ri vjen me teknologjinë më të përparuar: me një shasi ultra të lehtë, me motorë të fuqishëm dhe ekonomikë, multimedia që vendos standarde të reja në segmentin e makinave kompakte premium. Ishte dizajni i Audi-t A3 që bindi jurinë e "German Design Awards 2013", (çmimi më i rëndësishëm për dizajnin në Gjermani), për t'i dhënë vendin e parë me motivacionin: "Dizajn esencial, me forma të reduktuara dhe linja të spikatura. Forma skulpturale dhe eleganca e mjedisit të brendshëm zgjojnë emocione te forta".

Dimensionet e jashtme të modelit të ri janë rritur fare pak, me qëllim që lehtësia praktik në trafik të mbetet si më parë, kurse distanca e rritur mes akseve u jep mundësinë pasagjereve prapa të përfitojnë 6 cm më shumë hapësirë. Pamja e jashtme dominohet nga grila trapezoide me cepat e sipërm të prerë si dhe fenerët e mprehtë me shirita LED.

Konstruksioni peshon 90 kg më pak se modeli paraardhës, shasia është e balancuar, harmonike dhe me nota të ndjeshme sportive falë shpërndarjes së përsosur të peshës mbi të dy akset.

Hapësira e brendshme është elegante, intuitive dhe plot dritë. Linjat dhe sipërfaqet shkrihen natyrshëm, pa krijuar shpërqendrim për syrin. Detaje të spikatura si timoni, fryrëset e ajrit apo ekrani i hollë citojnë elemente të dizajnit modern por ritheksojnë ndërkohe tiparin klasik të Audi-t: përdorimin e thjeshtë dhe intuitiv të instrumenteve ndihmëse. Linjat e brendshme sportive harmonizohen me materiale luksoze si druri, alumini apo lëkura e përzgjedhur.

Who does not know the versatile model from Audi-small and spacious, both a sports car and a family one, powerful and economic at the same time? For those who have not guessed it, the answer is: the Audi A3 Sportback! The new model comes with the most advanced technology: an ultra-light chassis, powerful and economical engines, and a multimedia system that sets new standards in the segment of premium compact cars. It was Audi A3 design what convinced the Jury of the "German Design Awards 2013", (a significant design award in Germany) to award it the first prize, with the motivation: "An essential design with reduced lines and details. Sculptural forms and elegant interiors generate maximum emotion."

The external dimensions of the new model have increased very little, in order to maintain its previous agility in the traffic, while the extended wheelbase allows passengers more rear legroom by 60 mm. The exterior is dominated by the trapezoidal grille with its upper corners cut off, and with sharp headlights with LED bands.

Its structure weighs 90 kg less than the previous model, with a balanced and harmonious chassis, which shows significant sportive notes thanks to the perfect distribution on both axes.

The interior design is elegant, intuitive and full of light. Lines and surfaces merge in a natural way, but do not cause too much distraction. Highlights include the steering wheel, the air vents and the ultra-thin monitor. They are reminiscent of modern design, while reemphasizing the classical feature of an Audi: simple and intuitive use of the dashboard. The interior sportive lines are harmonized with luxurious materials such as wood, aluminium or selected leather.

Për modelin e ri, Audi ofron një gamë të gjerë motorësh naftë ose benzine, të cilët falë teknologjisë së avancuar kanë një efikasitet më të lartë dhe një konsum të paktën 10% më të ulët se modeli paraardhës. Një nga motorët më të parapëlqyer për tregun tonë, 1.6 TDI, i kombinuar me marshe manuale, konsumon mesatarisht vetëm 3.8 litra naftë për 100 km. Kutia e famshme automatike e shpejtësisë "S tronic" ofrohet për të gjithë gamën e motorëve. E kombinuar me "Audi Drive Select" makina juaj mund ta shndërrojë karakterin duke u transformuar nga komforte në dinamike, kursimtare, automatike madje edhe individuale. Sistemi elektromekanik i drejtimit është i ndjeshëm, i jep informacion shoferit për gjendjen e rrugës dhe reagon shpejt. Sistemi i frenimit, me disqet e frenave të para me ftohje nga brenda, është tashmë edhe më efikas. Sistemi ESC (kontroll elektronik i stabilitetit) përfshin diferencialisin elektronik të rrëshqitjes së kufizuar, duke reduktuar kështu rrëshqitjen e automjetit në kthesa të forta.

Por ka edhe shumë surpriza të tjera që mbeten për t'u zbuluar tek Audi i ri A3, modeli që çdo udhëtim e shndërron në një përjetim unik!

The new Audi is available with a broad range of diesel or petrol engines, which, thanks to the advanced technology, are highly efficient and consume at least 10% less fuel than its predecessor. The 1.6 TDI-one of the most popular engines in the Albanian market-if combined with a manual gearbox, consumes only 3.8 litres per 100 km. The famous S tronic gearbox is available for the entire range of engines. Combined with Audi Drive Select, your car could change its character by transforming itself from comfortable to dynamic, thrifty, automatic, and even individual. The electromechanical steering is sensitive, while providing the driver with feedback from the road, and responds promptly. The braking system with the internally cooled front brakes is now more efficient. The ESC (electronic stability control) system includes the electronic traction control system which reduces skidding in sharp turns of the road.

A lot more awaits to be discovered in the new Audi A3-the model that transform every journey into a unique experience!



Katër çmime "Euro NCAP advanced"

Audi A3 është një nga makinat e para në kategorinë e makinave kompakte e cila ofron jo më pak se katër sisteme të vlerësuara nga shoqëria Euro-NCAP.

Sistemi 'pre sense basic' dallon në mënyrë të pavarur një situatë udhëtimi me rrezikshmëri të lartë dhe aktivizon sistemet për një mbrojtje më efektive të udhëtarëve gjatë një përplasje të mundshme. Tërheqja tensionuese e rripit të sigurimit dhe mbyllja automatike e xhamave të makinës dhe tavanit të xhamit janë ndër tiparet e këtij sistemi.

Sistemi 'Audi pre sense front' njofton drejtuesin nëse distance nga makina përpara në trafik zvogëlohet përtej normës së sigurisë. Për më tepër sistemi njofton për situata kritike dhe kur është e nevojshme ky sistem mund të fillojë të frenojë në mënyrë të pavarur.

Në rastet kur nuk është e mundur të shmangët përplasja, sistemi dytësor i asistimit në frenim ndihmon drejtuesin gjatë manovrave të frenimit në momentin e përplasjes.

Falë pamjeve të kamerës në xhamin e përparmë, sistemi i asistimit të qëndrimit në korsi mund të dallojë vijën ndarëse në rrugë. Nëse makina fillon t'i largohet kësaj vije ky sistem ndërhyr duke korrigjuar drejtimin.

Four "Euro NCAP advanced" awards

The new Audi A3 is one of the first cars in the compact class to offer no fewer than four safety systems which have received awards from the Euro-NCAP consortium.

Pre sense basic autonomously detects critical driving situations and initiates suitable actions to better protect occupants in a potential collision. They include reversible tensioning of the safety belts and closing of the car's windows and the sunroof.

Audi pre sense front informs the driver if the gap to the vehicle ahead in traffic drops below a safe distance. In addition, the system warns of critical situations, and if necessary it can automatically initiate emergency braking.

If it is no longer possible to avoid a collision, the secondary collision brake assistant supports the driver with specific braking maneuvers during the accident sequence.

Based on images from a camera in the windshield, Audi active lane assist is able to recognize lane marker lines on the roadway. If the vehicle starts to leave the driving lane, it reacts with corrective steering interventions.

Me sytë nga viti 1912

1912 in focus



“Porsche Albania” është mësuar të shohë nga e ardhmja dhe të prezantojë teknologjitë dhe modelet më të reja njëkohësisht me vendet më të zhvilluara, mirëpo sot dëshirojmë t’i hedhim sytë nga e shkuara.

Viti 1912 është një datë e rëndësishme në kalendarin kombëtar të shqiptarëve. Në nëntorin e vitit 1912, në Vlorë, Ismail Qemali me një grup patriotësh shqiptarë nga anë të ndryshme të Shqipërisë shpallën pavarësinë e vendit nga Perandoria Turke.

Po në vitin 1912, në Gjermani, novatori me shpirtin e iniciativës private August Horch konstruktonte Audi-n tip “C Alpine Victor”, një makinë e cila e fitoi tri herë rresht Garën e Alpeve Austriake, nga viti 1912 në vitin 1914. Kjo makinë e merrte forcën lëvizëse nga një motor me 35 kuaj fuqi dhe mund të arrinte shpejtësinë maksimale prej 80 km/h.

“Alpine Victor Tip C” ka qenë vetura më e mrekullueshme që ka prodhuar Audi përpara luftës. Ajo kishte një motor me katër cilindra dhe dy bllloqe, me kapacitet zhvendosjeje prej 5,7 litra.

Pas motorit vinte një kuti shpejtësie me katër marshe dhe transmissi i cili vinte në lëvizje rrotat e pasme. Konstruksioni i veturës ngrihej mbi një shasi në formë shkallë dhe mbi dy akse të mbështetura në balestra. Kjo veturë ofrohej në format sportiv me katër ndenjese ose në format normal me katër dyer. Gjithsej u prodhuan 350 copë.

Këto janë dy histori, në dukje të ndryshme, por të përbashkët kanë pasionin. Dhe njerëz me një pasion të fortë për të ndryshuar status kuonë.

Një histori e vështirë, por me një të ardhme të shndritshme.



At Porsche Albania we are used to looking forward, and introducing the most innovative models and technology simultaneously with the most developed countries, but today we want to take a step backward.

1912 is an important date in the Albanians' national calendar. In November 1912 in Vlora Ismail Qemali and a group of Albanian patriots from different regions in Albania declared the independence of the country from the Turkish Empire.

In 1912 in Germany August Horch, an innovator and entrepreneur, was building the Audi Type C Alpine Victor, which won the Austrian Alpine Rally for three consecutive times from 1912 to 1914. It was powered by a 35-horsepower engine and had a top speed of 80 km/h.

It was the greatest pre-war car from Audi. The vehicle had a four-cylinder two-block in-line engine with 5.7 litres of displacement.

It developed over a four-speed countershaft gearbox and a propeller shaft, which drove the rear wheels. The car had a ladder frame and two leaf-sprung solid axles. It was available as a four-seat touring car or four-door sedan. An overall 350 units were produced.

These are two seemingly different stories with a common passion. Passionate people that wanted to change the status quo.

A difficult history, but a bright future.

SEAT i ri Leon

New SEAT



VETURA E ZEMRËS DHE E MENDJES THE CAR FOR THE HEART AND THE HEAD

SEAT po hyn në një epokë të re. Leon-i i ri është thjesht një veturë mar-ramendëse: me dizajnin e veçantë emocional, karakterin sportiv dina-mik, paketën tërheqëse me teknologjitë më të fundit dhe me cilësinë e rafinuar dhe elegancën e lartë.

Gjenerata e tretë e Leon-it është një veturë krejtësisht e re, e ndërtuar nga e para në çdo aspekt. Pararendësit e saj shquheshin për kënaqës-inë e drejtimit dhe funksionalitetin e veçantë, një traditë e cila sigurisht është trashëguar edhe tek SEAT Leon-i i ri. Ashtu si SEAT Leon-ët e mëparshëm, edhe SEAT Leon-i i ri prodhohet në fabrikën "Martorell" pranë Barcelonës në Spanjë. Prej daljes së gjeneratës së parë të Le-on-ëve në vitin 1999, SEAT ka shitur 1,2 milion automjete nga gama e këtij modeli tejet të suksesshëm.

SEAT Leon-i i ri ka personalitet të fortë dhe emocional. Ky model të of-ron mënyrën më të bukur për të drejtuar një veturë funksionale. Modeli me 5 porta është i pajisur fytas me teknologjitë më të mira: info-argëti-mi, sistemet e asistencës, agregatet dhe sistemet e lëvizjes. Motorët e kësaj game gërshetojnë performancë pa sforcim me një rendiment shembullor.

Prezantimi i Leon-it në Auto Show-n e Parisit këtë vit përkoi me pr-ezantimin e stemës së re të këtij prodhuesi. Duke folur për rëndësinë e prezantimit të stemës së re të SEAT-it dhe të Leon-it të ri njëkohë-sisht, në fjalën e tij hapëse të ekspozitës së SEAT-it, James Muir tha:

SEAT is entering a new era: The new Leon is a simply stunning car – with its unique, emotional design, with its dynamic sporting character, with its compelling package of innovative technologies and with its refined quality and premium elegance.

The third generation of the Leon is an all-new car developed from the ground up. Its predecessors stood for driving fun and outstanding functionality – a tradition that the new SEAT Leon will most certainly continue. Like its predecessor, the new SEAT Leon is also built at the Martorell factory near Barcelona in Spain. Since the premiere of the first-generation Leon in 1999, SEAT has sold 1.2 million vehicles from this highly successful range.

The new SEAT Leon is a strong and emotional personality – it is the most beautiful way to drive a functional car. The five-door is packed full of high-end technologies – in its infotainment, its assistance systems, its running gear and its drive. The engines combine effortless performance with exemplary efficiency.

Leon's presentation at the Paris Auto Show this year coincides with launch of the new corporate logo. Speaking about the significance of the introduction of the new SEAT logo and the new Leon at the same time, in his remarks to open the SEAT Lounge, James Muir said:

“Leon-i i ri do të jetë SEAT-i i parë që do të mbajë stemën e re. Dhe Leon-i i ri do të jetë shtyllë kryesore në suksesin tonë të ardhshëm, sidomos pasi familja e modelit Leon të jetë zgjeruar për të përfshirë edhe një version mbresëlënës me tre porta dhe një version dinamik me pesë porta”.

SEAT Leon-i i ri dhe SEAT Toledo e re kanë marrë vlerësime me pesë yje në rezultatet më të fundit të publikuara sot nga Programi Evropian i Vlerësimit të Veturave të Reja (NCAP), një organizatë e pavarur për testimin e përplasjes së automjeteve.

Si Leon-i i ri ashtu edhe Toledo-ja arritën 94% të pikëve për mbrojtjen e pasagjerëve të rritur. Pikë maksimale u arritën nga të dy këto modele në testin e vështirë të mbrojtjes anësore, ku të dyja veturat ofrojnë mbrojtje të mirë në të gjitha pjesët e trupit.

Sa i takon mbrojtjes së pasagjerëve fëmijë, Leon-i ka arritur plot 92% (rezultati më i lartë në kategorinë e vet, në këtë raund rezultatesh), duke përfshirë edhe pikë maksimale në bazë të regjistrimeve të kullave elektronike me përmasa fëmije gjatë testeve dinamike. NCAP vëren se airbag-u i pasagjerit mund të çaktivizohet për të mundësuar përdorimin e një ndenjeseje të posaçme për fëmijë me fytyrën e drejtuar pas në sediljen e përparme, ku statusi i airbag-ut në fjalë është shumë i dukshëm për drejtuesin e veturës.

Sa i takon mbrojtjes së këmbësorëve, parakolpi i Leon-it arriti pikë maksimale për mbrojtjen që u ofron këmbëve të këmbësorëve, ndërsa kapaku i kofanos specifikohet nga NCAP si një kofano që ofron mbrojtje të mirë në shumicën e zonave të trupit ku mund të goditet këmbësori.

“The new Leon will be the first SEAT to wear the new logo. And, the new Leon will be a key pillar in our future success – especially when the Leon family expands to include a striking three-door version and a versatile, stylish wagon.”

The new SEAT Leon and SEAT Toledo have both achieved five-star ratings in the latest round of results published today by the Euro New Car Assessment Programme (NCAP), the independent automotive crash-test organisation.

Both the new Leon and Toledo achieved 94% for adult occupant protection. Maximum points were achieved for both models in the demanding side barrier test, with both cars offering good protection for all body regions.

For child occupant protection, the Leon scored 92% in total – the highest score in this category in this round of test results – including maximum points based on the readings recorded from the child dummies during the dynamic tests. NCAP noted that the passenger airbag can be disabled to allow rearward-facing restraint to be used in the front seat and that the status of that airbag is clearly visible to the driver.

In terms of pedestrian protection, the Leon's bumper scored maximum points for the protection it offered to pedestrians' legs and the bonnet was described by NCAP as offering good protection in most areas likely to be struck by a pedestrian's...

Financim për Automjete



**Atë që zgjedh
mund ta kesh!**

- Financim deri në 80% të vlerës së makinës
- Aprovim 24 orë
- Nuk ka nevojë për garanci

Tel: 04 2 274 920

E-mail: leasing@raiffeisen.al

Adresa: Rr. "Kavajës", nr. 44, Tiranë.

Volkswagen Caddy



Volkswagen Caddy Edition 30 është hedhur në treg për të shënuar 30-vjetorin e prezantimit të Volkswagen Caddy-t të parë. Ky edicion i ri shoqërohet me një larmi tiparësh të shtuara dhe elementesh speciale për këtë edicion të veçantë.

Volkswagen Caddy Edition 30 me pesë ndenjese mbështetet në Caddy Trendline, por përdor një motor turbo me naftë me katër pistona, dhe një transmision me shtatë marshe dhe me dopio-fraksion nga linja Caddy Maxi Comfortline TDI320. Ky model arrin një konsum karburanti mesatar prej 5,8 litra për 100 km.

Ndryshimet në pamjen e jashtme në krahasim me modelin bazë Caddy përfshijnë pjesën e sipërme të karrocërisë në ngjyrë të zezë të shkëlqyer, dritat për mjegull, shinat në tavan, fenerët me llamba halogjen, parakolpët të lyer me bojë dhe disqet "Budapest" e derdhura prej aliazi me diametër 17" me elemente në ngjyrë të zezë. Elementet e veçanta të Edition 30 duken edhe në dy dyert anësore me hapje me rrëshqitje, në pjesën e pasme të automjeti dhe në pragjet e dyerve.

Në brendësi, ky edicion i veçantë ka tapiceri me dy nuanca tip "Alcantara" dhe timon me veshje lëkure.

Nuk është lënë pas dore as siguria, me kontrollin elektronik të stabilitetit, frenat anti-blokim, shpërndarjen elektronike të forcës së frenimit dhe asistencën në frenim, krahas airbag-ëve të kokës dhe toraksit për drejtuesin dhe pasagjerin e ulur në vendin e parë.

VW Caddy Edition 30: një mjet i veçantë për një përvjetor të veçantë!

The Volkswagen Caddy Edition 30 has been released to mark 30 years since its release of the first Volkswagen Caddy, and brings with it a plethora of added features and special edition touches.

The five-seat Volkswagen Caddy Edition 30 is based on the Caddy Trendline but uses the 75 kw four-cylinder turbo diesel with the seven-speed dual-clutch DSG transmission from the Caddy Maxi Comfortline TDI320, and achieves combined fuel consumption of 5.8litres per 100km.

The external changes above the base Caddy include the Caddy Edition 30's gloss black roof, foglights, roof rails, twin halogen headlights, painted bumpers and 17-inch Budapest alloy wheels with black highlights. Unique 'Edition 30' signatures also appear on the dual sliding doors, rear-end and on the door sills.

Inside, the special edition receives two-tone Alcantara upholstery and a leather steering wheel.

Safety is not forgotten with electronic stability control, anti-lock brakes, electronic brake-force distribution and brake assist joined by driver and front passenger front, head and thorax airbags.

VW Caddy Edition 30, a unique car for a unique anniversary!

Shikim retrospektiv dhe prospektiv për kompaninë

Company Retrospect and Outlook



Fabian Jungnitsch Drejtorin e Përgjithshëm të Porsche Albania / General Manager at Porsche Albania

Ka kaluar një vit i vështirë. Për thujtje të gjitha bizneset që ushtrojnë aktivitet në Shqipëri, ky vit ka qenë veçanërisht i vështirë dhe fjala “krizë”, e përdorur kaq shpesh në kuadër të rënies ekonomike evropiane që filloi në fund të vitit 2008, u bë edhe këtu një fjalë e përdorur rëndom. Tregu automobilistik nuk qëndroi jashtë krizës dhe pasojat kanë qenë të rënda.

Shoqërisë “Porsche Albania” i është dashur t’i bëjë ballë kësaj situate përmes zbatimit të disa strategjive të tilla si rigrupimi i departamenteve të shitjeve, dhe afrimi me grupet e reja dhe ekzistuese të klientëve në mënyrë më aktive me oferta konkurruese të përshtatura me nevojat e tyre. Kjo ka përfshirë edhe krijimin e “Weltauto”-s si një markë me veturë të përdorura, për momentin e përqendruar tek rishitja e automjeteve të përdorura nga grupi i markave tona dhe tek ofrimi i zgjidhjeve shtesë për klientët. Janë thjeshtuar sa më shumë edhe kostot operative, sipas mjedisit të ndryshuar të tregut. Jemi përpjekur t’i kufizojmë zvogëlimet rigorozë të kostove dhe në vend të kësaj ia kemi dalë mbanë t’i shndërojmë ato duke rikthyer brenda kompanisë shërbimet që i kishim kaluar më parë tek sipërmarrësit me kontratë, duke arritur kështu reduktime të konsiderueshme të kostove. Për shembull, kjo ka funksionuar mirë sidomos në Departamentin e Logjistikës dhe Dispozicionit. Përmes fuqizimit të këtij departamenti me një person tjetër shtesë, në të janë përfshirë proceset e agjencisë doganore në punën e përditshme, duke i zvogëluar kështu komisionet e agjencive në një minimum absolut.

Një shtyllë tjetër ka qenë integrimi i markës së veturave për pasagjerë VW në portofolin e markave të shoqërisë “Porsche Albania”, ku jemi përqendruar tek importimi i automjeteve, ndërsa me veprimtarinë e tregtisë me pakicë merren partnerët tanë. Kjo do të thotë se prej vjeshtës së vitit 2012 “Porsche Albania” është krenare sepse mund ta

A difficult year has passed. For almost all businesses operating in Albania this year was particularly challenging and the word “crisis” so often used in the context of European economic downturn starting in late 2008 became a common word here, too. The automotive market was not spared and the effects were severe.

Porsche Albania had to cope with this situation by adopting some strategies such as regrouping sales departments, approaching our existing and new customer groups ever more actively, with tailor-made competitive offers. This also included the establishment of “Weltauto” as a second-hand car brand, for now focusing on second-hand car remarketing of our own brands and providing additional customer solutions. Furthermore, operational costs were streamlined to the changed market environment as much as possible. We tried to limit rigorous cost cuttings and managed to rather transform them by bringing outsourced work processes back in-house and therefore generating significant cost reductions. This worked, for example, exceptionally well with our Logistics and Disposition Department. By strengthening the department with an additional person they incorporated most Customs Agency Processes in their daily work decreasing agency fees to an absolute minimum.

Another pillar was the integration of the VW passenger car brand into the Brand Portfolio of Porsche Albania where we focus on the import of the vehicles and our partners handle the retail business. This means that since autumn 2012 Porsche Albania is proud to have been able to represent the full range of Volkswagen products as an importer in Albania! As a consequence we also had to enlarge our

përfaqësorë të gjithë gamën e produkteve Volkswagen si importues në Shqipëri! Si rrjedhojë na është dashur ta zgjerojmë ekipin tonë edhe me disa punonjës të rinj, të cilët janë pritur ngrohtë dhe janë integruar mirë përmes kureshtjes dhe çiltërsisë së tyre.

Departamenti i shërbimit pas shitjeve e ka treguar edhe një herë veten se është baza e sigurt e aktivitetit tonë në një vit të trazuar ekonomikisht, ku ka qenë faktor besueshmërie dhe suksesi. Me zgjerimin e oficinës me dy poste të tjera pune në fillim të vitit, me një mekanik shtesë që ka filluar punë në verë dhe me çeljen e shërbimit të mirëmbajtjes së veturave të pasagjerëve të markës VW në vjeshtë, si edhe me ofrimin e shërbimeve të plota për markat dhe klientët tanë ekzistues, ia kemi dalë mbanë për të shtatin vit radhazi të arrijmë një tjetër rekord në të ardhurat nga shërbimet pas shitjes dhe pjesët e këmbimit, të arrijmë numrin më të madh të automjeteve të cilave u është bërë shërbim deri tani brenda një viti dhe ta arrijmë 100 përqind planin.

Nga ana administrative, kemi mundur të mbështetemi tek Departamenti i Financës, i cili ka mbuluar edhe ngarkesën shtesë dhe projektet e krijuara nga rritja e numrit të markave dhe të punonjësve, edhe pse jo të gjithë koleget kanë qenë të pranishëm gjatë gjithë vitit, meqenëse disa syresh kanë qenë me leje lindjeje. Pra jo vetëm ekipi i "Porsche Albania"-s, por janë rritur edhe familjet e anëtarëve të ekipit tonë, gjë për të cilën, ne si shoqëri, jemi të lumtur!

Një vit i vështirë na pret! Nuk ka asnjë shenjë të besueshme nga ekonomistët dhe ekspertët se viti i ardhshëm do të tregojë ndonjë prirje rritjeje për ekonominë shqiptare. Zgjedhjet parlamentare të muajit qershor mbartin në vetvete një pikëpyetje të madhe sa i takon rezultatit dhe ndryshimeve të mundshme politike pas tyre. Zakonisht zgjedhjet në Shqipëri janë kohë pasigurie dhe ndikojnë në sjelljen e konsumatorëve duke i bërë ata të ngurojnë dhe t'i shtyjnë më tej në kohë vendimet e konsumit. Pra, presim që këtë vit tregu i automjeteve të mos e rimarrë veten, por të qëndrojë në nivelin e këtij viti pak a shumë.

Duke qenë se qasja drejtuese në "Porsche Albania" ka qenë gjithmonë "jepi makinës aq sa të sheh syri", do të vazhdojmë të marrim të gjitha masat vitin tjetër të jemi të përgatitur dhe në të njëjtën kohë t'u shërbejmë sa më mirë klientëve dhe nevojave të tyre në lidhje me lëvizjen. Do të vazhdojmë ta ndërtojmë markën VW PKW sipas standardeve të Porsche-s, me bashkëpunimin dhe mbështetjen e fortë të partnerëve në shitjen me pakicë në tregun shqiptar. Po e konsolidojmë më tej programin e veturave të përdorura "Weltauto", për të qenë të përgatitur nëse ndryshimet në legjislacion e bëjnë më të mundshme të merremi në mënyrë më profesionale dhe më shpesh me veprimtarinë tregtare të veturave të përdorura. "Porsche Albania" do të ndërtojë plotësisht hapësirat në internet të automjeteve për pasagjerë dhe automjeteve tregtare të markës VW, për t'u përfaqësuar plotësisht online, çka do të thotë gjithashtu se po i forcojmë departamentet e marketingut dhe të teknologjisë informatike me personel shtesë.

Është krenari për "Porsche Albania"-n që të jetë numri një në tregun shqiptar të automjeteve në këto kushte të vështira të tregut, pa pasur nevojë ta zvogëlojë ekipin e vet, madje ka arritur ta rrisë atë në këto kohëra krizash, të cilat nuk i marrim lehtë. Asgjë nuk do të kishte qenë e mundur pa besimin tuaj afatgjatë në produktet dhe shërbimet tona, dhe pa mbështetjen tuaj, të partnerëve dhe klientëve tanë të vyer. Duke qenë plotësisht të ndërgjegjshëm për këtë fakt, ekipi ynë dëshiron të falënderojë secilin prej jush që e keni bërë Porsche-n në një shkallë të madhe kompaninë që është sot në Shqipëri.

U urojmë të gjithë miqve, partnerëve dhe klientëve festa ripërtëritëse të Krishtlindjeve dhe Vitit të Ri, mes familjes, si edhe një vit të ri 2013 plot shëndet dhe suksese! Presim me kënaqësi t'ju shohim në Porsche Albania!

Fabian Jungnitsch

team by several new employees which have been warmly welcomed and integrated well through their curiosity and openness.

Our After Sales department proved to be once more a stronghold this economically turbulent year standing for reliability and success. With the expansion of the workshop by two workplaces in the beginning of the year, an additional mechanic joining in summer and starting VW passenger car service in autumn, as well as continuing to provide full services for our existing brands and customers we managed in our seventh year yet another record of After Sales and Spare parts revenues, the largest number of vehicles serviced until now within a year and fulfilled 100% of our target.

On the administrative side we could rely on the Finance Department which was also covering the additional workloads and projects, that a new brand and increased staff numbers are producing, even though not all colleagues were present throughout the year as some of them were on maternity leaves. So not only the team of Porsche Albania, but in the meanwhile the families of our team members grew, which we as a company, are very happy about!

A difficult year is lying ahead of us. There are no reliable indications by economists and experts that the upcoming year will show an upward trend in the Albanian economy. The parliamentary elections in June carry a big question mark regarding their outcome and the possible political changes following them. Usually elections in Albania are times of uncertainty and influence the consumers' behavior by making them more hesitant and rather forcing them to procrastinate their consumption decisions. So we expect also the new car automotive market not to recover but to more or less maintain this year's level.

As our management approach at Porsche Albania has always been "driving within the limits of visibility" we will continue to take all measures in the next year to be prepared and in the same time to serve our customers and their mobility needs best. We will proceed establishing the VW PKW Brand according to Porsche Standards with the strong cooperation and support of our retail partners in the Albanian market. We are further consolidating the second-hand car program "Weltauto" to be prepared if changed legislation makes it more feasible to deal with the second-hand car business more professionally and frequently. Porsche Albania is going to fully establish VW passenger and commercial vehicle websites in Albania to be fully represented online which also means that we are strengthening the marketing and IT departments with additional staff.

It makes Porsche Albania proud to be able to continue being the number one in the Albanian automotive market under such difficult market conditions and not needing to reduce, but even be able to enlarge the team of Porsche Albania in times of crisis which we do not take for granted. Nothing of it would have been possible without your long lasting trust in our Products and Services and support of "You": our much valued partners and customers! As our Team is well aware about this fact we want to thank every one of you very much for making Porsche to a large extent the company it is today in Albania.

We wish all our friends, partners and customers recreative Christmas and New Year Holidays among their families as well as a healthy and successful 2013. We are looking forward to seeing you at Porsche Albania!

Fabian Jungnitsch

Gjërat kanë ndryshuar

Something Different in the Air

Duke u përpjekur të depërtoj në trafikun e pasdites, në kokë me rrotullohet ideja e festave të këtij fund-viti.

Festat kanë ardhur ndryshe. Ka diçka që më tërheq të nxitoj drejt shtëpisë. Jo se më parë nuk parapëlqoja të rrija në shtëpi, por këtë vit ndjej diçka tjetër që më rrethon.

Të qenit i sapomartuar mbart atë magjinë e ngrohtësisë të përzier me ndjenjën e përgjegjesisë. Unë dhe Eriola u martuam në tetor të këtij viti dhe që prej asaj dite jetojmë në shtëpinë tonë. Eriola punon në bankë ndërsa unë, që prej shtatë vjetësh, punoj në Porsche Albania.

Ka ndodhur diçka që na e ka thyer rutinën e darkave. Është ajo, shtëpia jonë e përbashkët që na mbledh pas pune. Interesat tona kanë ndryshuar dhe duket sikur sapo kemi filluar të zbulojmë gjëra të reja.

"Shtëpiak", ky term i çuditshëm, që më parë e lidhja me mosha të mëdha. Jam vetëm 32 vjeç dhe shtëpia seç paska një magji të ngrohtë, që më tërheq drejt saj. Qesh me vete sesi njeriut në mendje i ndryshojnë kuptimet e termave gjatë etapave të ndryshme të jetës.

Më parë, darkonim bashkë në restorante dhe sigurisht fundjavat na gjenin lokaleve të natës. Mbase do të më marrë malli edhe për to. Mbase, thjesht po shijojmë diçka të re që sigurisht meriton vëmendjen tonë të plotë.

Diku mes përpjekjeve për t'u bërë bashkëshortë dhe familjarë të mirë, të dy eksplorojmë kuzhinën. Të gatuar na qenka art për disa, për ne mbetet përpjekje për të bërë diçka vetë. Po punë e madhe, fundja prapë mund t'u kthehemi restoranteve. Për momentin nuk ka asgjë që e ndërroj me shtëpinë tonë të përbashkët. Ajo ka diçka magjike që me tërheq çdo ditë pas pune, si kjo e sotmja, më ngroh mendimet dhe e shndërron ndjesinë e festave sikur të ishte hera e parë që i përjetoj.

Sigurisht shtëpia është një nocion, jo thjesht mure.

Atë e zbukurojnë njerëzit.

While inchng through the afternoon traffic, the Holiday Season is in my head.

The holidays are different this year. There is something that makes me rush home. It is not that I did not like staying home before, but this year I feel something different in the air.

Being just married has that magic of warmth mixed with a feeling of responsibility. Eriola and I got married last October, and have been living in our home since then. Eriola works for a bank, and I have worked for Porsche Albania for seven years.

There is something that has changed our evening routine. It is that: our common home that entices us after work. Our interests have changed, and we seem to have started discovering new things.

"Housefolks"—it is a new word, which I related to older people before. I am only 32 years old, and home has a sweet attractive magic. It is funny how one's perceptions of things and words change over life.

We used to dine in restaurants and spend our weekends in night clubs. Perhaps I will miss them, too. Perhaps we are simply enjoying something new that deserves our full attention.

In our effort to be good spouses and family members, we both explore the kitchen. Cooking is art to some, but for us it does not go beyond trying to do something ourselves. That's OK, though, as we can still go back to dining out. For the moment we would not exchange our home for anything. It has that magic that attracts me every day after work, like today, and warms my thoughts and changes the Holiday Season spirit as if it is the first time we experience it.

Home is, of course, a notion and not merely walls.

It is the people who make it look nicer.



Nuk dua gjë tjetër për Krishtlindje

All I Want for Christmas

Bianka Nuko

Kontrollore Financiare në Porsche Albania / Finance Controlling at Porsche Albania

Këto dy Krishtlindje në Porsche kanë qenë mbushur me shumë emociione për ne. Një vit më parë festuam për herë të parë si çift i sapomartuar. Këtë vit festat po i përjetojmë me më shumë dashuri, këtë herë si familje e re.

U bënë pothuaj dy muaj nga ardhja në mesin tonë e Enedit të vogël. Na u desh pak të mësoheshim me fytyrën e tij të dashur që tani të shikon në sy sikur do të të thotë shumë gjëra dhe pastaj...vetëm qan. Na u desh dhe më shumë që ta studionim me kujdes të veçantë për të parë se nga ka ngjarë. Akoma më shumë m'u desh për të pranuar faktin që nuk ka marrë pothuaj asgjë nga unë. E shikoj përditë dhe përditë e më shumë më ngjan me tim shoq .

Krishtlindjet i festojmë në Pogradec duke u ngrohur pranë sobës me dru ndërkohë që jashtë bie borë. Pemën e kemi bërë gati, unë vendos zbulimet dhe në fund fare Erjoni vendos yllin në majë. Shikojmë pafund për dhurata për bebin tonë që ai nuk i kupton fare se çfarë janë por vetëm ideja e paketimit të tyre dhe vendosjes poshtë pemës na mbush me kënaqësi. Bateritë e reja janë vënë që tani në aparatit fotografik për të qenë të sigurt të mos humbim asnjë moment.

Jemi shumë të sigurtë se këtë vit si Krishtlindjet ashtu dhe Vitin e Ri do t'i festojmë të lodhur dhe të pagjumë, rrethuar nga buzëqeshje dhe të qara. Mirëpo, edhe ky është kujtim i veçantë, apo jo?



Ened Petriti

"Kolegu" më i ri në Porsche Albania / Newest "college" at Porsche Albania

The past two Christmas seasons have been really good. Last year we enjoyed the holidays as a just married couple. This year we have enjoyed the holidays season with more love and affection, this time as a new family.

It has been two months since the arrival of our little Ened. It took us a while to get used to his lovely face, and his eyes that look at you as if he wants to tell you many things, and then... he only cries. It took us even longer to examine his face in order to determine whom he had taken after. And it took even longer for me to accept the fact that he had taken almost nothing from me. Every day I increasingly realize that he takes after my husband.

We are celebrating Christmas in Pogradec, getting warm and cosy near the wood-fuelled stove, while outside it snows. We are decorating the Christmas tree—I put the decorations on it, and at the end, Erjon puts the star on top of it. We indulge in a present hunt for our little baby, who does not even understand what they are, but only the idea of wrapping them and placing them under the tree makes us happy. We have already put the batteries into the camera to be sure not to miss any moment.

We are very positive that this year Christmas and New Year's Eve are going to be sleepless and tiring for us, surrounded by giggles and cries. But it is a special memory, is it not?





ŠKODA Rapid

Për ju dhe familjen.

nga 10,153 €



Konsumi dhe emetimet e kombinuara të CO₂ tek Rapid: 3.9-5.9 l/100 km, 104-137 g/km



Për të hequr shenjat e gërvishtjeve nga syzet tuaja të diellit, pastrojeni ato thjesht me një copë të butë dhe pastë dhëmbësh me efekt zbardhues. Lëreni të thahet dhe pastroni sipërfaqen me një copë të pastër. E thjeshtë.



Nëse doni të parandaloni gërvishtjen e syzeve atëherë vendosini ato në hapësirën përkatëse mbi pasqyrën e ŠKODA Rapid.

A ka pamje më të bukur sesa ajo e një mali? Por ndodh që pamja mjegullohet për shkak të gërvishtjeve të vogla në syzet tuaja. Me këshillat e mësipërme ju do t'i eliminoni gërvishtjet vetëm me një copë dhe pak pastë dhëmbësh. Megjithatë për të parandaluar gërvishtjet dhe shijuar pamjet mahnitëse nga udhëtimet tuaja kemi gjetur një zgjidhje edhe më të mirë. Ajo quhet ŠKODA Rapid. Një makinë familjare por me një pamje shumë më moderne. E pajisur me shumë hapësirë të bollshme dhe elementë inteligjentë kjo makinë e bën punën e një babai pak më të thjeshtë. Zbuloni më tepër në rjetin tonë të shpërndarësve ŠKODA. Dizajni modern, teknologjia më e fundit dhe hapësira e madhe vijnë sot me një çmim të vogël. ŠKODA Rapid nga 10,153Euro.

www.skoda-auto.al

Për më tepër na vizitoni në tre sallonet tona:

PORSCHE
ALBANIA

Autostrada Tiranë-Durrës km. 3, Tiranë,
Cel.: +355 (0) 69 20 75 268,
E.: info@skoda-auto.al, www.skoda-auto.al

E.T.T Group Auto Sh.p.k

Kthesa e Viroit, Gjirokastrë
Cel.: +355 (0) 69 40 52 594
E.: ettgroupauto@gmail.com

KOSTANDIN
GRUP

Rruga Nazionale Shkodër-Tiranë
Cel.: +355 (0) 69 40 89 491
E.: info@kostandingroup.com