

Drive

PORSCHE
ALBANIA

06/11



Audi Q3
Projektuar për pritshmëri të reja
Projected from new expectations

F/Pg 17

Në udhëtim sëbashku
Driving together

F/Pg 6



Përmbajtja - Contents

- ▶ 03 I DASHUR LEXUES - DEAR READER
- ▶ 04 SHPËRTHIM I FUQISHËM RRRITJEJE PËR PORSCHE HOLDING - AN EXPLOSION OF GROWTH FOR PORSCHE HOLDING
- ▶ 06 NË UDHËTIM SËBASHKU - DRIVING TOGETHER
- ▶ 08 NJË UDHËTIM I RI - THE START OF A NEW JOURNEY
- ▶ 09 KONTROLLI KOMPIUTERIK - COMPUTER CHECK-UP
- ▶ 10 AUDI A6, PREZANTIMI PËR IMPORTUESIT - AUDI A6 PRESENTATION TO IMPORTERS
- ▶ 11 PANAIRI "DINAMIKAT SHQIPTARE" - ALBANIAN DYNAMICS FAIR
- ▶ 12 FUQIZIMI EKONOMIK I GRUAS - ECONOMIC EMPOWERMENT OF WOMEN
- ▶ 13 PANAIRI I PUNËS NGA DHOMA AMERIKANE E TREGËTISË - JOB FAIR BY THE AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE
- ▶ 14 AUDI NEXT GENERATION WEBSITE - AUDI NEXT GENERATION WEBSITE
- ▶ 15 AUDI Q3, VIZION I RI PËR SEGMENT TË RI - AUDI Q3, A NEW VISION FOR A NEW SEGMENT
- ▶ 16 GAMA "COPA" NË PORSCHE ALBANIA - COPA RANGE IN PORSCHE ALBANIA
- ▶ 18 VW AMAROK - UJKU I VËRTETË MIDIS MAKINAVE TREGTARE! - VW AMAROK - THE WOLF OF THE COMMERCIAL VEHICLES!
- ▶ 20 KU PO SHKONI, ZOTI TURKU? - WHERE ARE YOU GOING, MR TURKU?
- ▶ 22 EUROPA, NDËRMJET MEJE DHE TEJE - EUROPE-BETWEEN ME AND YOU

Revista Drive është një botim periodik i Porsche Albania.

Realizimi: Botues Porsche Albania,
Realizimi grafik: DDB 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 Albanias.

Për komente, pyetje apo sygjerime ju lutem na kontaktoni në office@porsche.al ose në numrin e telefonit: +355 (0) 48 20 29 70.

Porsche Albania, Autostrada Tiranë-Durrës, Km. 3, Mëzez. Telefon: +355 (0) 48 20 29 70, Fax.: +355 (0) 48 20 29 73, e-mail: office@porsche.al
<http://www.porsche.al>



Faqe 10



Faqe 4



Faqe 22

I dashur lexues,

Ja, ku po ju sjellim numrin e dytë të revistës periodike 'Drive' nga Porsche Albania. Në numrin e parë të botuar në dhjetor 2010, ndamë së bashku shkurtimisht aktivitetin e kompanisë tonë gjatë pesë vjetëve në tregun shqiptar. Në këtë numër do të gjeni informacione më të hollësishme për integrimin e shumëpërfolur të Porsche Holding (tashmë Porsche Holding Salzburg) në strukturën më të madhe të tregëtimit të makinave në Europë, Grupin Volkswagen. Do të lexoni një përmbledhje me aktivitetet e gjashtë muajve që lamë pas, që nga botimi i fundit. Do të vijomë më tej me shpjegime më të hollësishme për disa prej ofertave dhe modeleve tona. Do të hedhim një vështrim të shkurtër të atyre që na presin në të admen e afërt, por pa harruar si gjithmonë departamentin e servisit i cili me eksperiencën dhe profesionalizmin e ekipit të tij na japin neve besimin dhe juve sigurinë që në Porsche Albania do të gjeni padyshim zgjidhjen më të mirë për çdo nevojë tuajën për transport.

Mjafton një vështrim i shkurtër pas për të parë sesa larg kemi shkuar. Kjo në sajë të bashkëpunimit të jashtëzakonshëm që kemi pasur me të gjithë klientët, partnerët, punonjësit dhe miqtë tanë përgjatë këtyre gjashtë viteve.

Ashtu siç është njoftuar gjatë muajit maj, ekipi i drejtimit të lartë në Porsche Albania ka pësuar një ndryshim. Pas një periudhe prej më shumë se pesë vjetësh në Shqipëri, Drejtoresha e Përgjithshme Maya Puehringer ka përfunduar me sukses misionin e saj në drejtimin e Porsche Albanias. Drejtimit të përgjithshëm të shoqërisë nga zoti Gentian Bushati i bashkohet zoti Fabian Jungnitsch i cili zëvendëson në këtë pozicion zonjën Puehringer.

Të gjitha këto por edhe më shumë ju presin në artikujt në vijim.

Lexim të mbarë!

Dorian Mehmeti
Drejtore Marketing Porsche Albania

Dear Reader,

Here we are, in the second issue of the Drive magazine by Porsche Albania. In the first issue, which came out in December 2010, we shared with you in brief the activities of our company over the past five years in the Albanian market. In this issue, you will find more detailed information on the much-talked about integration of Porsche Holding—now Porsche Holding Salzburg—into the biggest automotive trading structure in Europe, Volkswagen Group. You will read a summary of the activities in the last six months, since our last issue. There are also details on some of our offers and models. We will look briefly at what is ahead of in the future, including the Post-Sales Department, which, with the experience and professionalism of its staff gives us the trust, and you the certainty, that at Porsche Albania you will find the best solution to your transportation needs.

A few moments are enough to see how far we have gone. We have been able to do this thanks to the extraordinary cooperation with all our customers, partners, employees and friends in the past six years.

As already announced in May, there has been a change in the senior management of Porsche Albania. After more than five years in Albania, General Manager Maya Puehringer successfully finished her mission in the management of Porsche Albania. Mr Fabian Jungnitsch, who is replacing Ms Puehringer, will join Mr Genti Bushati in the general management of the company.

You will find all this and a lot more in the articles of this issue.

Have a good reading!

Dorian Mehmeti
Marketing Director Porsche Albania



1. Përfaqësuesit e Porsche Holding nga vende të ndryshme të botës gjatë konferencës së prezantimit të bashkimit të Porsche Holding me grupin VW. Porsche Holding representatives from various countries in the conference where Porsche Holding merger into VW Group was presented.

Integrimi në Grupin Volkswagen

Shpërthim i fuqishëm rritjeje për Porsche Holding

Z. Hermann Becker

Drejtor për Marrëdhëniet me Publikun në Porsche Austria

Që prej datës 1 mars Porsche Holding, shtëpia më e madhe e tregtimit të automjeteve në Europë, është pjesë e Grupit Volkswagen. Porsche Holding, grupi më i madh i tregëtimit të makinave të reja dhe pjesëve të këmbimit në Europë, iu shit grupit Volkswagen AG nga familjet Porsche dhe Piëch, duke krijuar kështu "Grupin e integruar të automjeteve". Siç është bërë e ditur, përmes Porsche Automobil Holding SE familjet Porsche dhe Piëch kanë 50,73% të aksioneve bazë të Volkswagen-it dhe janë kështu aksionarët kryesorë industrialë.

Qëllimi i Volkswagen AG është shumë ambicioz: deri në vitin 2018 të bëhet prodhuesi më i madh jo vetëm në Europë por edhe në mbarë botën dhe të shndërrohet në një lider ekonomik dhe ekologjik në tregun e makinave.

Është i padiskutueshem fakti, që Grupi Volkswagen me morinë e markave të veta mbulon të gjitha segmentet e tregut. Ai prodhon automjete të shkëlqyera nga ana cilësore, të cilat fitojnë pothuajse çdo test krahasimi. Për të qenë të suksesshëm në treg, nevojitet dhe një organizim i vëmendshëm i shoqërisë.

Me Porsche Holding tashmë Grupi Volkswagen do të ketë një fuqizim të ndjeshëm, sepse sot nuk ka një kompani që ta zotërojë më mirë biznesin e automjeteve sesa Porsche Holding. Kjo shoqëri përfaqësohet në 20 vende të Europës dhe në Kinë. Në Shqipëri grupi Porsche Tirana mundi të ngrihet shumë shpejt në majë të klasifikimit të shoqërive shqiptare të tregtimit të automjeteve.

E fshehta e suksesit të Porsche Holding qëndron tek fakti që i mbulon të gjitha fushat e biznesit të tregtisë së automjeteve (biznesin e madh, biznesin e vogël, shërbimet financiare) dhe nëpërmjet afërsisë së madhe me tregun mund të përmbushë të gjitha kërkesat e klientit. Ndërsa për punonjësit e Porsche Holding kjo do të thotë që mund të mbështeten te emri i mirë i shoqërisë për t'u zhvilluar më tej profesionalisht dhe për të ngjitur shkallët e karrierës profesionale.

Falë integrimit, shoqërisë do t'i besohen detyra të tjera, krahas atyre që kryen tani, si në biznesin e madh dhe në atë të vogël, në Europë, por edhe përtej oqeanit. Xhiroja e deritanishme prej më shumë se 12 miliardë Euro do të përbëjë bazën e rritjes së ndjeshme të Porsche Holding në vitet në vazhdim. Në të shkuarën Porsche Holding ka arritur të shesë më shumë se 565.000 makina të reja dhe të përdorura në 21 vende dhe të punësojë rreth 21.000 punonjës.



2. Michel Piëch, representative of the families Porsche and Piëch
 Michel Piëch, përfaqësues i familjeve Porsche dhe Piëch

2. (nga e majta) Hans Dieter Pötsch, Anëtar i bordit drejtues të Volkswagen AG, Prof. Dr. Martin Winterkom, Christian Klingler
 (from left) Hans Dieter Pötsch, Member of the Board of Management of Volkswagen AG, Prof. Dr. Martin Winterkom, Christian Klingler

4. W. D. Hellmaier, Prof. Dr. Martin Winterkom, Prof. Dr. Ferdinand K. Piëch, Kryetar i Bordit Mbikqyrës, dhe bashkëshortja e tij Ursula
 W. D. Hellmaier, Prof. Dr. Martin Winterkom, Prof. Dr. Ferdinand K. Chairman of the Supervisory Board, and his wife Ursula.



Integration into the Volkswagen Group

An Explosion of Growth for Porsche Holding

Mr Hermann Becker
Public Relations Director, Porsche Austria

Since 1 March, Porsche Holding, the largest automobile trading company in Europe, has been a member of the Volkswagen Group. Porsche Holding, the largest group dealing in new vehicles and spare parts in Europe, was sold to Volkswagen AG by the families Porsche and Piëch, thus creating the "Integrated Automobile Group". As it has been announced, through Porsche Automobil Holding SE the families Porsche and Piëch have 50.73% of the Volkswagen shares, and are, therefore, its major shareholders.

The goal of Volkswagen AG is very ambitious: become the largest manufacturer not only in Europe but also in the world, and turn into an economic and ecological leader in the automobile market by 2018.

It is beyond doubt that Volkswagen Group covers all market segments with the wide range of its brands. It manufactures vehicles of an excellent quality, which win any comparative test. To be successful in the market, a prudential organization of the company is necessary.

With Porsche Holding, Volkswagen will now be stronger, as there are no other companies that dominate the automobile trading market better than Porsche Holding does. This company is represented in 20 European countries and in China. In Albania, Porsche Tirana managed to rise to the top of the Albanian automotive market very quickly.

The key to Porsche Holding success lies with the fact that it is involved in all the automotive trading business areas—corporate, small business, financial services—and by being close to the market it can meet all customers' demands. For Porsche Holding employees this means that they can further develop professionally and climb up the ladder of the career.

Thanks to this integration, the company will be trusted with additional tasks, besides those it performs now, in the corporate and small business in Europe and overseas. Its turnover of over EUR 12 billion will underlie the significant growth of Porsche Holding in the next years. In the future, Porsche Holding has sold more than 565,000 new and second-hand vehicles in 21 countries and employed about 21,000 people.

“ ...unë besoj që fjala që do t'i përshkruante më mirë këta gjashtë muaj është: Dinamikë ”

“ ...I believe that the best word to describe the past six months would be: Dynamic ”

Driving together

Intervistë me Drejtorin e Përgjithshëm Z. Gentian Bushati / Interview with Mr. Gentian Bushati, General Manager, Porsche Albania

Jemi tashmë në numrin e dytë të revistës Drive. Si u prit numri i parë? Cilat ishin pritshmëritë tuaja dhe sa u arritën ato?

Revista Drive është kthyer në një takim periodik dhe në një urë kontakti me të gjithë klientët apo partnerët tanë të cilën ne duam ta mbajmë dhe forcojmë.

Dita e punës e secilit prej nesh mbarë një ngarkesë të tillë e cila jo rallë na shkëput nga kontakti i drejtpërdrejtë me të gjithë partnerët tanë të biznesit por edhe me miqtë dhe familjarët. Përmes këtij botimi shpresojmë që ky kontakt të forcohet më tej. Komentet pozitive që kemi marrë pas botimit të numrit të parë na nxitën ta pasurojmë më tej përmbajtjen e revistës, jo vetëm me ato që kemi bërë gjatë këtyre gjashtë muajve por edhe me informacion të hollësishëm për ofertat tona, dhe me vizionin e punës sonë.

Nëse do donim të përmbledhnim me pak fjalë këto gjashtë muaj që lamë pas, cila do të ishte ajo?

Këto gjashtë muaj kanë qenë të pasura me arritje, ngjarje dhe sfida për Porsche Albania. Siç u njoftua në artikujt e mëparshëm, Porsche Holding u integrua në grupin Volkswagen që është edhe grupi më i madh i tregëtimit të makinave të reja në Europë. Nga ana administrative ndryshimet që solli kjo shkrirje janë minimale dhe kufizohen vetëm në raportime ndërkohë që sa i përket mënyrës si

This is already the second issue of the Drive. How was the inaugural issue received? What were your expectations and how were they fulfilled?

The Drive magazine has become a periodic event and bridge of communication with all our customers or partners, which we intend to maintain and strengthen.

The workday of each of us is so busy that more often than not prevents us from being in direct contact with all our business partners and even our friends and relatives. We hope that this publication will further strengthen that contact. The positive comments we received after the first issue came out encouraged us to further enrich the contents of our Magazine, writing about not only what we have done over the past six months, but also providing detailed information on our offers and the vision of our work.

If we were to sum up in a word the past six months, what would that word be?

The past six months were rich in achievements, events and challenges for Porsche Albania. As already announced in the past issue, Porsche Holding was merged into the Volkswagen Group, which is the largest car dealership in Europe. Administratively speaking, the changes following the merger were very small and

punojmë, kjo lëvizje nuk sjell asnjë ndryshim. Vazhdojmë të ruajmë të njëjtin ritëm të zhvillimit të markave tona. Ky integrim solli dhe forcimin e mëtejshëm të marrëdhënieve tona me fabrikat prodhuese, që janë tani pjesë e së njëjtës familje.

Shitjet në Porsche Albania (për të gjitha markat që tregtojmë) janë rritur me afro 25% krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit 2010. Nëse arrijmë të ruajmë këtë ecuri, mund të themi me siguri që viti 2011 do të jetë një tjetër vit rekord. Modelet e reja që prezantuan në fund të vitit që shkoi (VW Amarok, VW Caddy GP, Audi A1 dhe SEAT Alhambra) kanë patur një ecuri mbreslënëse duke na dhënë një avantazh të dukshëm konkurrues në treg. Gjithashtu, në prill Porsche Albania mori pjesë në panairin "Dinamikat Shqiptare" të organizuar nga Dhoma e Tregëtisë dhe Industrisë së Tiranës dhe agjensia "Smart". Vizitorët e këtij panairi patën mundësi të njiheshim me ofertat tona verore për secilën markë.

Ekspozita mbi fuqizimin e gruas si edhe panairi i punës ishin dy nga aktivitetet e tjera në të cilat Porsche Albania mori pjesë në gjysmën e parë të këtij viti. Ambicia jonë në fushën e burimeve njerëzore mbetet e qartë: "Porsche Albania të renditet ndërmjet kompanive më tërheqëse në tregun e punës". Departamenti i servisit dhe passhitjes ka patur një performancë të shkëlqyer. Trajnimet e vazhdueshme dhe standardizimi i procedurave me kompanitë simotra Porsche në mbarë Europën, kanë kontribuar dukshëm në rritjen e kënaqësisë së klientëve tanë. Pas gjithë këtyre ngjarjeve unë besoj që fjala që do t'i përshkruante më mirë këta gjashtë muaj është: "Dinamikë".

A mund të na thoni diçka më shumë për lëvizjet në drejtimin e përgjithshëm të Porsche Albania?

Po. Në muajin qershor 2011, Drejtoresha e Përgjithshme Maya Puehringer përfundoi kontratën dhe misionin e saj në Shqipëri. Pas pesë vjetësh në Shqipëri, tre prej të cilëve në drejtimin e përgjithshëm të Porsche Albanias zonja Puehringer rikthehet në familjen Porsche në Austri në një pozicion të ri brenda shoqërisë.

Zonjën Puehringer do të zëvendësojë zoti Fabian Jungnitsch, i cili do të jetë kolegu im i ri në drejtimin e përgjithshëm të shoqërisë Porsche Albania. Unë besoj se eksperiencia e zotit Jungnitsch në fushën automobilistike do të jetë një avantazh më shumë në punën tonë.

Pritshmëritë në fushën e komunikimit dhe risive që Porsche Albania sjell në treg janë tepër të larta. Çfarë mund të presim në gjashtëmuajorin e ardhshëm?

Shumë. Audi i ri A6 do të debutojë shumë shpejt në tregun Shqiptar. Teknologjia vazhdon të jetë kryefjala edhe tek ky model mbreslënëse. Entuziazmi me të cilin është pritur ky model në Europë na e shton besimin tek sukcesi i tij. Por surprizat në shtëpinë me katër rrrathë nuk mbarojnë këtu. Brenda këtij viti një anëtar i ri do t'i shtohet familjes Audi... Audi Q3, projektuar nga pritshmëri të reja.

Marka çeke SKODA, tashmë me një komunikim tërësisht të ri, do të pasurojë gjithashtu portofolin e modeleve të saj. Kjo pritet të ndodh në fund të këtij viti.

SEAT ka prezantuar gamën e re Copa me shumë më tepër pajisje funksionale për çdo udhëtim. Dizajni mesdhetar dhe teknologjia e grupit Volkswagen vazhdojnë të jenë kryefjalë e markës Spanjolle.

Në gjysmën e dytë të vitit VW Makina Tregtare do të vazhdojë rífrëskimin e modelve sipas koncepteve më të fundit të dizajnit të kësaj marke.

Prej disa muajsh tashmë, mund të gjendet online një ekspozitë e plotë e të gjitha modeleve Audi, e gjitha kjo në Shqipëri në www.audi.al. Shumë shpejt klientët shqiptarë do të kenë mundësinë të informohen në faqen shqiptare edhe për markën çeke SKODA dhe atë spanjolle SEAT.

Mesa duket do të duheshin edhe disa faqe të tjera për të prekur të gjitha aktivitetet që na presin në këta gjashtë muaj të ardhshëm. Zoti Bushati, ju falenderojmë për kohën që na kushtuat.

Faleminderit për intervistën.

were limited only to reporting, while operationally the merger did not bring about any changes. We are maintaining the same pace of developing our brands. The integration also led to a further strengthening of our relations with the manufacturers belonging to the same group.

Sales in Porsche Albania (for all the brands we deal in) have increased by nearly 25% on a year-to-year basis. If we manage to keep up this pace, we would not be wrong saying that 2011 would be another record year. The new models we launched at the end of last year—VW Amarok, VW Caddy GP, Audi A1 and SEAT Alhambra—have performed impressively, giving us a significant competitive edge in the market. In addition, in April Porsche Albania participated in the Albanian Dynamics Fair, which was organized by Tirana Chamber of Commerce and Industry and Smart Agency. The visitors to the Fair had the opportunity of getting to know our summer offers for each of our brands.

The Women Empowerment Exhibition and the Job Fair were two other events in which Porsche Albania participated in the first half of this year. Our ambition in the area of human resources is clear: "List Porsche Albania among the most attractive companies in the labour market." Our Service and Post-Sale Department has had an excellent performance. The continuous training and standardization of procedures with our sister Porsche companies across Europe have significantly contributed to increased customer satisfaction. Having said all this, I believe that the best word to describe the past six months would be "Dynamic".

Can you tell us something more about the changes in the senior management of Porsche Albania?

Yes, I can. In June 2011, General Manager Maya Puehringer completed her contract and mission in Albania. After five years in Albania, three of which in a senior management position at Porsche Albania, Ms Puehringer returned to the Porsche family in Austria, in a new position within the company.

Ms Puehringer will be succeeded by Mr Fabian Jungnitsch, who will be my new colleague in the management of Porsche Albania. I believe that Mr Jungnitsch's automotive experience will be one more advantage in our work.

Our expectations in the area of communication and novelties that Porsche Albania will launch on the market are very high. What can we look forward to in the next half of the year?

A lot! The new Audi A6 will debut in the Albanian market very soon. 'Technology' continues to be the key word in this impressive model. The enthusiasm this model was met with in Europe increases our confidence in its success. However, there are more surprises in store in the Brand with the Rings. Within this year a new member will be added to the Audi family: Audi Q3—designed by new expectations.

The Czech brand, Skoda—now in an entirely new communication—will also enrich its model portfolio, which is expected to happen at the end of this year.

SEAT has introduced the new Copa range that includes more practical equipment for every one of your journeys. The Mediterranean design and the technology of the Volkswagen group will continue to be the distinguished features of the Spanish Brand.

In the second half of the year VW Commercial Vehicles will continue to adapt its model range to its latest design frames.

A complete exhibition of our Audi models, completely in the Albanian, has been online at www.audi.al for several months. Soon, our Albanian customers will also be able to find information on the Czech Skoda brand and the Spanish SEAT brand.

It sounds that several other pages would be required to talk about all the activities ahead of us in the next six months. Mr Bushati, thank you for your time.

Thank you for the interview.

Një udhëtim i ri

The start of a new journey

Z. Fabian Jungnitch, Drejtor i Përgjithshëm i Porsche Albania.
Mr. Fabian Jungnitch, General Manager Porsche Albania.

Pas pesë vjetësh në Shqipëri (tre nga të cilët, si Drejtoreshë e Përgjithshme në Porsche Albania), zonja Maya Puehringer e ka përfunduar misionin e saj në Tiranë dhe ka marrë një detyrë të re pranë shoqërisë Porsche Holding Salzburg.

Duke filluar nga data 1 qershor, zoti Fabian Jungnitch merr në dorëzim detyrën nga zonja Puehringer në drejtimin e përgjithshëm të shoqërisë Porsche Albania dhe së bashku me zotin Gentian Bushati do të përbëjë ekipin drejtues të kësaj shoqërie në tregun e automjeteve në Shqipëri.

Zoti Jungnitch sjell një perspektivë të re në administrimin e shoqërisë. Ai është diplomuar në Universitetin "Leopold Franzens" të Innsbruket në Austri, për biznes ndërkombëtar dhe shkencë ekonomike. Pas diplomimit, ka punuar pranë shoqërisë Siemens VAI si drejtor projekti tregtar. Ka qenë drejtues i disa projekteve në vende të ndryshme, si Arabi Saudite, Meksikë, Britani e Madhe, SHBA, etj.

Lidhja e zotit Jungnitch me sektorin e automjeteve zë fill në fëmijërinë e tij, kur i ati kishte një biznes tregtimi dhe servisi makinash në Austri.

Në vitin 2008 filloi të punojë pranë Porsche Austria në departamentin e shitjeve me shumicë (tregjet e huaja). Më pas u emërua si Menaxher Projekti në Ukrainë.

Në vitin 2010 filloi punën për importuesin austriak të degës së automjeteve për pasagjerë të Volkswagen-it, në degën e administrimit të produkteve të kësaj shoqërie. Ai ka punuar edhe në degën e makinave të përdorura (Weltauto) ku ka punuar shumë me tregtarët e makinave nga ana e shitjeve.

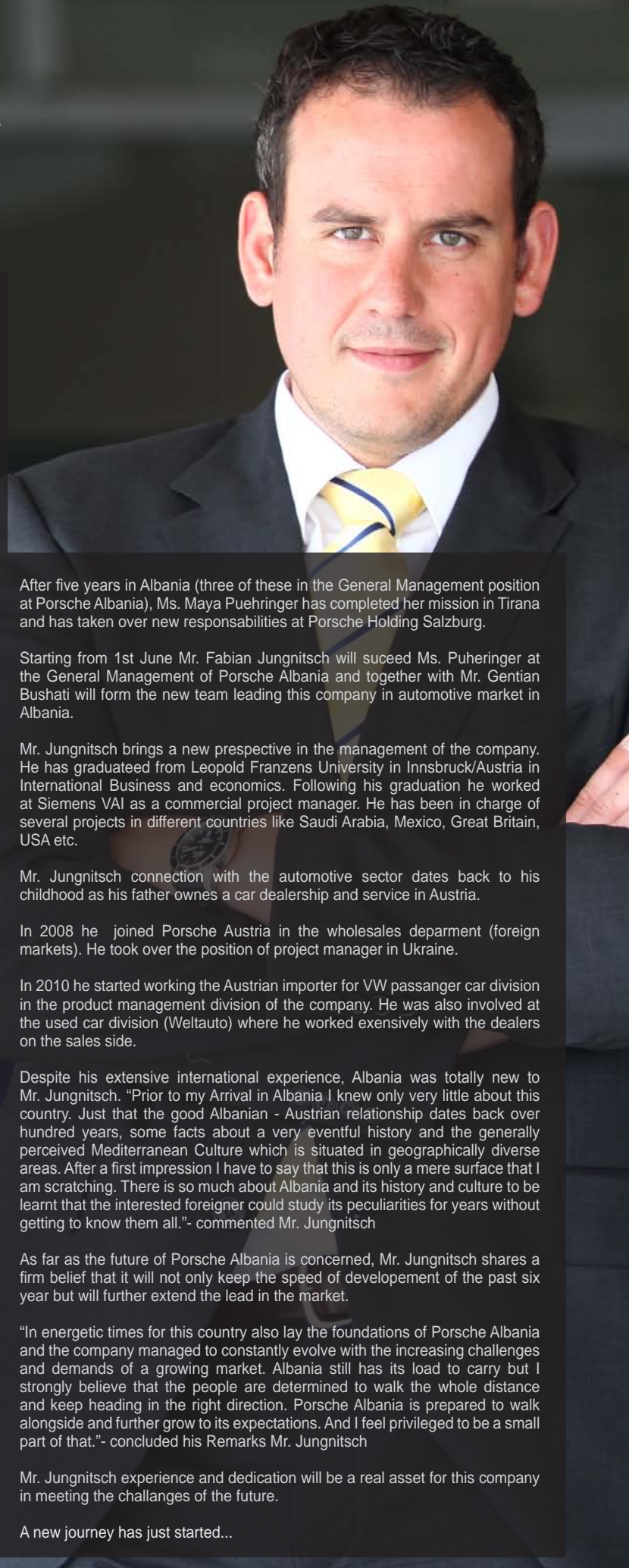
Me gjithë përvojën e tij ndërkombëtare, Shqipëria është tërësisht e re për zotin Jungnitch. "Përpara se të vija në Shqipëri, dija shumë pak për këtë vend. Dija vetëm që marrëdhëniet e mira shqiptaro-austriake janë mëse njëqindvjeçare, si edhe disa fakte për historinë e saj të mbushur me ngjarje dhe për kulturën e cila njihet përgjithësisht si një kulturë mesdhetare, me zona gjeografikisht të larmishme. Pas një përshtypjeje të parë, duhet të them se sa kam gërvishur sipërfaqen. Ka kaq shumë për të mësuar për Shqipërinë dhe historinë dhe kulturën e saj, sa që një i huaj i interesuar mund t'i studiojë me vite të tëra dhe të mos arrijë t'i mësojë të gjitha" – thotë zoti Jungnitch.

Sa i takon të ardhmes së Porsche Albania, zoti Jungnitch thotë se ka besim se, jo vetëm që do ta ruajë ritmin e shpejtë të zhvillimit të gjashtë viteve të fundit, por do ta rrisë edhe më shumë pozicionin kryesues të saj në treg.

"Porsche Albania i ka hedhur themelet në kohëra plot energji për këtë vend, dhe ia ka dalë mbanë të zhvillohet vazhdimisht me sfidat dhe kërkesat në rritje të një tregu në rritje. Shqipërisë i mbetet ende shumë për të bërë, por unë besoj fuqimisht se shqiptarët janë të vendosur ta çojnë deri në fund rrugën e nisur dhe të ecin në drejtimin e duhur. Porsche Albania është e gatshme të ecë krah tyre, dhe t'i çojë më tej ambicjet e veta. Dhe unë ndjehem i privilegjuar që jam pjesë e kësaj" – e mbyll fjalën e tij, zoti Jungnitch.

Përvoja dhe përkushtimi i zotit Jungnitch do të jetë një faktor kontribues i vërtetë për këtë shoqëri, në përballjen e sfidave të së ardhmes.

Një rrugëtim i ri sapo ka nisur.



After five years in Albania (three of these in the General Management position at Porsche Albania), Ms. Maya Puehringer has completed her mission in Tirana and has taken over new responsibilities at Porsche Holding Salzburg.

Starting from 1st June Mr. Fabian Jungnitch will succeed Ms. Puehringer at the General Management of Porsche Albania and together with Mr. Gentian Bushati will form the new team leading this company in automotive market in Albania.

Mr. Jungnitch brings a new perspective in the management of the company. He has graduated from Leopold Franzens University in Innsbruck/Austria in International Business and economics. Following his graduation he worked at Siemens VAI as a commercial project manager. He has been in charge of several projects in different countries like Saudi Arabia, Mexico, Great Britain, USA etc.

Mr. Jungnitch connection with the automotive sector dates back to his childhood as his father owns a car dealership and service in Austria.

In 2008 he joined Porsche Austria in the wholesales department (foreign markets). He took over the position of project manager in Ukraine.

In 2010 he started working the Austrian importer for VW passenger car division in the product management division of the company. He was also involved at the used car division (Weltauto) where he worked extensively with the dealers on the sales side.

Despite his extensive international experience, Albania was totally new to Mr. Jungnitch. "Prior to my Arrival in Albania I knew only very little about this country. Just that the good Albanian - Austrian relationship dates back over hundred years, some facts about a very eventful history and the generally perceived Mediterranean Culture which is situated in geographically diverse areas. After a first impression I have to say that this is only a mere surface that I am scratching. There is so much about Albania and its history and culture to be learnt that the interested foreigner could study its peculiarities for years without getting to know them all." - commented Mr. Jungnitch

As far as the future of Porsche Albania is concerned, Mr. Jungnitch shares a firm belief that it will not only keep the speed of development of the past six year but will further extend the lead in the market.

"In energetic times for this country also lay the foundations of Porsche Albania and the company managed to constantly evolve with the increasing challenges and demands of a growing market. Albania still has its load to carry but I strongly believe that the people are determined to walk the whole distance and keep heading in the right direction. Porsche Albania is prepared to walk alongside and further grow to its expectations. And I feel privileged to be a small part of that." - concluded his Remarks Mr. Jungnitch

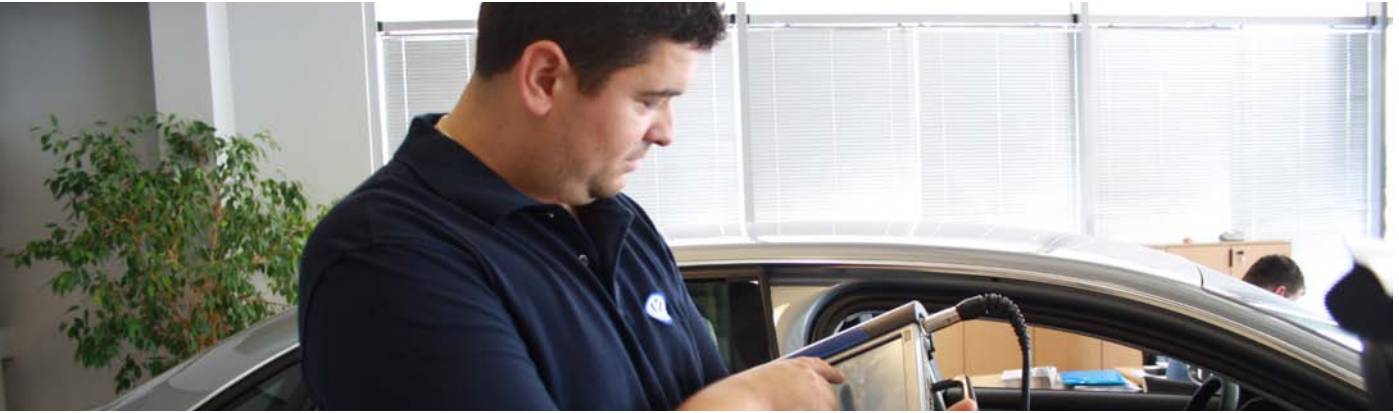
Mr. Jungnitch experience and dedication will be a real asset for this company in meeting the challenges of the future.

A new journey has just started...

Kontrolli kompiuterik / Computer Check-Up

Intervistë me Ing. Denis Rusi konsulent produkti në Porsche Albania

Interview with engineer Denis Rusi, Product Consultant, Porsche Albania



Nga ky kënd pajisja që keni në dorë ngjan me ndonjë iPad apo ndonjë kompjuter me ekran me prekje i fjalës së fundit. Çfarë është dhe përse përdoret?

Ky është VAS Tester dhe është pajisja e cila diagnostifikon problemet që mund të ketë makina. Nëse do të tentonim të shpjegojmë thjesht mënyrën e funksionimit, është një pajisje e cila lexon të dhënat që gjeneron sistemi i monitorimit të brendshëm të makinës dhe jep një pasqyrë të përgjithshme të të gjitha sistemeve kritike të mjetit. Në këtë mënyrë kemi informacionin më të saktë mbi problemet e mundshme të makinës pa patur nevojë ta shohim atë nga afër.

Pra ky është një sistem i cili u kursen kohë klientëve të Porsche Albanias?

Po, por jo vetëm kaq. Ky sistem na ndihmon të raportojmë problemet tek fabrikat prodhuese të makinave, të cilat ndjekin nga afër problemet dhe shqetësimet në mbarë globin. Të dhënat e marra nga cdo përfaqësues i autorizuar në botë për çdo mjet të identifikuar me numër shasie, që ka hasur "x" defekte apo anomalitë bëhen pjesë e një novacioni teknik, që rezultojnë si zgjidhje përfundimtare për mjetet e tjera, që nuk e kanë hasur akoma këtë shqetësim apo anomalitë.

Le të ndalojmë për një moment. Në rast se ju kuptuam drejt ju po thoni pak a shumë se për çdo problem që ju diagnostikoni në vite, gjeni gjithashtu edhe zgjidhjen për mjetet e tjera?

Po. Shpesh rezultojnë që zgjidhja është një përditësim i parametrave dhe zgjidhjeve teknike, të cilat u "injektohen" paketave të ndryshme të makinës. Pas përzgjedhjes dhe sipas nevojës, përditësohet ajo paketë për të cilën ka dalë një risi teknike. Ky shërbim kryhet pa pagesë për klientet tanë.

Si veprohet kur njoftoheni që për një model mund të ketë një risi në programin e makinës?

Të gjitha makinave që shiten nga ne, u bëhet një kontroll paraprak përpara dorëzimit. Për secilën prej tyre, ne informohemi automatikisht nga fabrikat për novacione apo përmirësime që mund të ketë. Për të gjitha makinat e tjera ky shërbim kryhet ditën që paraqiten për kryerjen e shërbimeve periodik, psh vaj-filtra. Në raste të tjera, klientët telefonohen ose informohen direkt për kryerjen e këtyre shërbimeve.

Po në rastet kur kemi të bëjmë me risi apo zgjidhje teknike për pjesë të tjera? A njoftohen klientët në të njëjtën mënyrë?

Patjetër që edhe pjesë të ndryshme të makinës i nënshtrohen të njëjtës logjikë. Çdo përmirësim për të pasur efektivitet dhe komoditet në ngjarje, shoqëruar edhe me sigurinë përkatëse për klientët tanë, përbën një detyrim për ne, dhe siç e kam përmendur më parë ky shërbim është gjithashtu gratis. Për të gjithë klientët tanë mund të na kontaktojnë në numrat e telefonit: +355 (0) 48 20 29 72 apo nëpërmjet postës elektronike në adresën office@porsche.al.

Z. Rusi faleminderit për kohën.

From this angle, the device you have in your hand looks like an iPad or some state-of-the-art tablet PC. What is it, and what do you use it for?

This is a VAS Tester and is used to diagnose any problems that an automobile might have. If I was to explain in a few words how it works, it is a simple device that reads the data generated by the automobile internal monitoring system and produces an overall picture of all the critical systems of the vehicle. This helps us have accurate information on potential problems in the automobile before we look at it from close.

So, this system saves Porsche Albania customers' time?

There is more to it, too. This system helps us report problems to automobile manufacturers, who follow up on problems and concerns from all over the world. The data received from every authorized representative in the world on every vehicle based on its VIN number regarding any problems or abnormalities it might have are fed into technical innovations, which are then also used as a solution for other vehicles that have not encountered such a problem yet.

Let me understand this well. Are you saying that, more or less, for every problem you diagnose over time, you apply the solution to other vehicles, too?

Yes, we do. It often turns out that the solution is an update of technical parameters and solutions, which are then "injected" into the various automobile packages. After being selected, if necessary, the update is applied to that package for which a technical innovation has been issued. This service is free of charge for our customers.

How do you proceed after being informed that there is an update for the vehicle software?

We check all the vehicles we sell before handing them over to their new owners. We are automatically informed by manufacturers if there is an update or enhancement. For the rest of the vehicles this service is performed when they come for their scheduled service, such as oil and filter change. In other cases, customers are contacted by phone or in person to be informed about this service.

What about those cases where there is an innovation or technical solution about other parts? Are customers informed in the same way?

Of course, the rest of car parts are subject to the same logic. Any enhancement of the driving effectiveness and comfort, including the safety of our customers, is an obligation for us, and as I said it is also free of charge. For any question or information our clients might need, they can call us at +355 (0) 48 20 29 72 or send us an email at office@porsche.al.

Mr. Rusi thank you for your time.

Audi A6, prezantimi për importuesit

Audi A6 Presentation to Importers

Prezantimet e modeleve të reja të Audi-t kanë qënë gjithmonë të veçanta, por kur modeli që prezantohet është gjenerata e shtatë e Audi-t A6 dhe vendi ku prezantohet është një ndër më ekskluzivët në Europë (Monte Karlo) atëherë kjo ngjarje bëhet e paharrueshme.

Mbi 200 Audi A6 pushtuan qytetin e Monte Karlos dhe Nisës në Francë. Importues nga e gjithë bota patën rastin të provonin modelin e ri në një sfond mahnitës të Rivierës Franceze.

Dizajni elegant, teknologjia më e fundit, shasia e lehtë (e cila e ul peshën e këtij modeli me 80 kg në krahasim me pararendësin) e shndërruan udhëtimin buzë detit në një eksperiencë unike.

Për të gjithë ata të cilët donin të shihnin nga afër dinamizmin e këtij modeli në një pistë garash, Audi e kishte parashikuar edhe këtë. Kombinimet e ndryshme të motorëve dhe kutive të shpejtësisë u dhanë mundësi të pranishmëve të dallonin përparësitë e secilit version. Ky model pritet të vij në Shqipëri gjatë muajit Korrik 2011.

The launch of new Audi models has always been special, but when the model on display is the seventh generation of Audi A6, and the location is among the most exclusive ones in Europe—Monte Carlo—then the event is unforgettable.

Over 200 Audis A6 invaded Monte Carlo and Nice in France. Dealers from all over the world had the opportunity of test-driving the new model against the breath-taking backdrop of the French Riviera.

Its elegant design, latest technology and lightweight body (80 kg lighter than its predecessor) made the drive on the coast a unique experience.

Audi had even taken care for all of them who wanted to see the dynamism of the new model on a racing track from close. The various combinations of engines and gearboxes enabled the guests to appreciate the advantages of each version. This model is expected to reach the Albanian market in July 2011.



Zoti Nasip Naço, Ministër i Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës, zoti Nikolin Jaka Kryetar i Dhomës së Tregtisë dhe industrisë dhe zoti Ilir Zhilla Kryetar i Dhomës së Tregtisë dhe industrisë Tiranë gjatë vizitës në stendën e Porsche Albania-s. Mr Nasip Naço, Minister of Economy, Trade and Energy, Mr Nikolin Jaka, Chairman of the Chamber of Commerce and Industry, and Mr Ilir Zhilla, Chairman of Tirana Chamber of Commerce and Industry, visiting Porsche Albania stand

Panairi "Dinamikat Shqiptare" Albanian Dynamics Fair

Panairi "Dinamikat Shqiptare" organizuar nga Dhoma e Tregtisë dhe Industrisë në bashkëpunim me shoqërinë "Smart", mbledhi të gjitha shoqëritë kryesore në fushën e transportit dhe infrastrukturës rrugore dhe ajrore për të shpalosur më të mirën e kësaj industrie.

Gjatë katër ditëve të panairit pati një numër të madh vizitorësh ndërmjet të të cilëve ishin edhe zoti Nasip Naço, Ministër i Ekonomisë, Tregtisë dhe Energjetikës, zoti Nikolin Jaka, Kryetari i Dhomës së Tregtisë dhe Industrisë dhe zoti Ilir Zhilla Kryetari i Dhomës së Tregtisë dhe Industrisë së Tiranës.

Në ndalesën që zoti Naço bëri para stendës së Porsche Albania-s, pati mundësi të informohej mbi zhvillimet dhe arritjet e kësaj shoqërie në këto gjashtë vjet në tregun shqiptar.

Shtatë modele të ndryshme nga Porsche Albania u ekspozuan në hapësirën para Pallatit të Kongreseve gjatë ditëve të panairit. Modelet e prezantuara rishtazi në tregun shqiptar si Audi A1, Caddy GP, VW Amarok dhe SEAT Alhambra mbledhën rreth tyre vizitorë të shumtë.

The Albanian Dynamics Fair, which was organized by the Chamber of Commerce and Industry in cooperation with Smart, gathered all major companies in the area of road and air transport and infrastructure to exhibit the best of what this industry has to offer.

During its four days, the Fair was visited by a great number of people, including Mr Nasip Naço, Minister of Economy, Trade and Energy, Mr Nikolin Jaka, Chairman of the Chamber of Commerce and Industry, and Mr Ilir Zhilla, Chairman of Tirana Chamber of Commerce and Industry.

During his visit to Porsche Albania stand, Mr Naço was informed about its development and achievements over the six years it has operated in the Albanian market.

Seven various models were exhibited by Porsche Albania in front of the Palace of Congresses during the Fair. The models that have been launched recently in the Albanian market—Audi A1, Caddy GP, VW Amarok and SEAT Alhambra—gathered a lot of visitors around them.



EKSPOZITE

"Fuqizimi Ekonomik
i Gruas –
Fuqizimi Ekonomik
i Shqipërisë"

Mbeshtetur nga
Populli Amerikan përmes
Agjencisë së
Shteteve të Bashkuara
për
Zhvillim Nderkombëtar
(USAID)

*Ekspozita do të jetë
e hapur dy ditë
nga data 29 deri në
30 Mars 2011
Nga ora 09.00-20.00*



Fuqizimi ekonomik i gruas Economic Empowerment of Women

Në mars 2011 Porsche Albania mori pjesë në panairit 2-ditor me tematikë: "Fuqizimi Ekonomik i gruas - Fuqizim ekonomik i Shqipërisë". Panair u organizua nga Ministria e Punës në bashkëpunim me Dhomën Amerikane të Tregtisë, Dhomën Shqiptare të Tregtisë, Qendrën e Aleancës Gjimore për Zhvillim dhe Shoqatën e Grave Profesioniste, Afariste dhe Zeytare si dhe me mbështetjen e Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Nderkombëtar (USAID).

Në ceremoninë e hapjes së Panairit morën pjesë zoti Andrew Maybrook, përfaqësues i USAID, përfaqësuesja e Dhomes Amerikane të Tregëtisë zonja Floreta Luli Faber, përfaqësuesja e Shoqatës së Grave Biznesmene si dhe Ministri i Punës, Çështjeve Sociale dhe Shanseve të Barabarta, zoti Spiro Ksera, i cili tregoi interes të vecantë ndaj stendës së Porsche Albania dhe ndaj markave të makinave që ajo tregon.

Audi A1, ekspozuar në hyrje të Muzeut Historik, ku u zhvillua panairi 2-ditor, tërhoqi vëmendjen jo vetëm të 45 bizneseve të drejtuara nga gra shqiptare pjesëmarrëse në panair, por dhe të shumë vizitorëve, të cilët patën mundësinë të shohin më nga afër modelin më të fundit nga Audi.



In March 2011, Porsche Albania took part in a two-day fair, "Economic Empowerment of Women, Economic Empowerment of Albania." The Fair was organized by the Ministry of Labour in cooperation with the American Chamber of Commerce in Albania and the Gender Alliance for Development Centre, with support from the U.S. Agency for International Development (USAID).

Participants in the Fair Opening Ceremony included Mr Andrew Maybrook, USAID representative, Ms Floreta Luli Faber, American Chamber of Commerce in Albania representative, and Mr Spiro Ksera, the Minister of Labour, Social affairs and Equal Opportunities, who showed special interest in the Porsche Albania stall and in the vehicles it sells.

Audi A1—on display at the entrance of the Historical Museum, where the two-day fair took place—attracted the attention of not only the 45 businesses managed by Albanian women, but also of the numerous visitors, who could see from close the latest Audi model.



Panairi i punës organizuar nga dhoma Amerikane e Tregëtisë
Job Fair organized by the American Chamber of Commerce

Strategjia e Porsche Albanias në fushën e burimeve njerëzore është të jetë ndër kompanitë më interesante (si edhe ndër zgjedhjet e para) në tregun e punës. Interesi që aplikues të kualifikuar kanë treguar ndaj Porsche Albanias na forcon bindjen që drejtimi i lëvizjes në fushën e burimeve njerëzore është i ai i duhuri.

Porsche Albania strategy in the field of human resources is to be ranked among the most interested companies as well as the first choice in the labor market. The interest that qualified candidates have shown toward this company shows that the direction of the company policies in the management of the human resources is the right one.



Financim për Automjete

 **Raiffeisen
LEASING**



**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.

Audi Next Generation Website

Intervistë me Drejtorin e Marketingut në Porsche Albania, zotin Dorian Mehmeti

Interview with Porsche Albania Marketing Manager, Mr Dorian Mehmeti

Çfarë është Audi Next Generation Website? Përse ky projekt është kaq i rëndësishëm?

Audi Next Generation Website është ndër projektet e fundit të zbatuara nga Porsche Albania në funksion të komunikimit me klientët dhe publikun e gjerë.

Janë të panumërta statistikat që flasin për ecurinë mbresëlënëse të internetit, ku krahasimet janë nga më ekstravagantet deri tek ato më komike. Shteti i facebook-ut, autostrada e informacionit, revolucioni dixhital, eksperimenti anarkik më i madh në histori, e shumë të tjera. Nga viti 2000 deri në vitin 2010 përdorimi i internetit është një ndër mediat që ka përjetuar rritjen më të madhe për shtrirje kohore. Me një nivel rritjeje prej 445% interneti paraqet një sfidë të vërtetë për çdo media tradicionale. Në nivel botëror mbi 28% e popullsisë është e lidhur dhe përdor internet, përqindje e cila shkon në 33% në 20 vendet më të zhvilluara të botës dhe nëse falsim për shtete individuale shifrat arrijnë në: 82,5% në Mbretërinë e Bashkuar, 79,1% në Gjermani, 78,2 Japoni etj.

Vështirë që një media tjetër të përmbledhë në mënyrë kaq të gjerë interesat e çdo individi sa interneti sot.

Në këtë këndvështrim, ne besojmë se tashmë kishte ardhur koha që Audi në internet të 'fliste Shqip'. Falë platformës dinamike të shoqërisë Audi AG, Porsche Albania solli modelet më të reja të Audit, informacionet mbi teknologjinë, sportin, kinemanë dhe çdo gjë që lidhet me Audin më afër publikut shqiptar. Në audi.al të gjithë përdoruesit e internetit do të gjejnë më tepër se 100 faqe informacion të gjithin në shqip, foto të modeleve tona, video ilustruese, imazhe për kompjuterin apo celularin si dhe një pafundësi informacionesh të rëndësishme për këtë markë.

Si është pritur nga publiku?

Sot mund të themi me siguri që si nga ana sasiore (vizitorë) ashtu edhe nga ajo cilësore (numër faqesh të vizituara dhe kohë e shpenzuar për faqe) përgjigja e publikut i ka tejkaluar pritshmëritë. Përpara se platforma të komunikohet masivisht, ne bëmë një zbatim të heshtur (pa komunikim) për qëllime testimi. Mbi 250 vizitorë hyjnë në faqe dhe 63,8% u rikthyen brenda 1 dite. Të gjithë pa u njoftuar paraprakisht që audi.al ishte online. Këto tregues përforcuan edhe më tepër besimin tonë në këtë projekt.

Çfarë të rejash do të ketë dhe çfarë mund të presim në të ardhmen?

Ambicia jonë është që audi.al të jetë një pikë reference e cila zgjeron virtualisht kapacitetet tona të shërbimit. Ne duam që publiku shqiptar të ketë mundësinë që të marrë në mënyrë periodike informacione të rëndësishme mbi markën me katër rrahë. Publiku shqiptar do të informohet njëkohësisht me tregjet më të zhvilluara perëndimore mbi modelet apo të rejat nga bota Audi. Audi.al është një platformë e re komunikimi e cila na ndihmon në Porsche Albania të realizojmë objektivin tonë për këtë markë që është: "Entuziazmimi i klientëve".

Shumë shpejt publiku shqiptar do të ketë mundësi që të informohet edhe për markat tona të tjera si Skoda, SEAT dhe VW Makina Tregtare në hapësira interneti të dedikuara dhe interaktive.

Faleminderit për kohën.

Faleminderit për ftesën.



What is Audi Next Generation Website? Why is this Project so important?

Audi Next Generation Website is one of the latest Projects implemented by Porsche Albania in the context of communicating with its customers and the general public.

There are numerous statistics attesting to the staggering growth of the Internet, with comparisons ranging from the most extravagant to the most comical ones: the Facebook State; the information superhighway; the digital revolution; the largest experiment in anarchy; and many others. From 2000 till 2010 the Internet was the medium that had the biggest growth over the same period of time among the rest of the media. At a growth rate of 445%, the Internet is a real challenge for every traditional medium. At global level, over 28% of the population has Internet access, reaches 33% in the top 20 developed countries and in specific countries the access rate is even higher: 82.5% in the United Kingdom, 79.1% in Germany, 78.2 in Japan, etc.

Other media can hardly wrap into a package the vast interests of every individual better than the Internet.

From that perspective, we believed that it was high time that Audi "spoke in Albanian" on the Internet. Thanks to Audi AG dynamic platform, Porsche Albania brought the latest Audi models and information on the technology, sports, cinema, and anything else related to Audi closer to the Albanian public. At audi.al users are going to find more than one hundred pages of information in Albanian, pictures of our models, videos, desktop images for their computers or mobile phones, and an infinite array of important information on this marque.

How has the public received it?

We can now say with certainty that both in terms of quantity (number of visitors) and quality (number of visited pages and time spent per page) the public response has exceeded our expectations. Before the platform was launched publicly, we ran a silent test (before launching it). Over 250 pages visit the website and about 63.8% returned to it within the day. These figures refer to the period before the launching of audi.al. Those indicators reinforced our confidence in this Project.

What novelties will there be, and what can we look forward to in the future?

Our ambition is for audi.al to be a point of reference, which will virtually extend our service capacities. We want the Albanians to be able to receive important periodic information on the Brand with Four Rings.

The Albanian public will also be informed about the most developed western markets or news from Audi world.

Audi.al is a new communication platform that helps as at Porsche Albania achieve our objective for this brand, namely "Enthuse Clients".

Very soon the Albanian public will be informed about our other brands, too—Skoda, SEAT and VW Commercial Vehicles—on dedicated and interactive websites.

Thank you for your time.

Thank you for your invitation.

Audi Q3, vizion i ri për segment të ri

Audi Q3, a New Vision for a New Segment

Ritmi i zhvillimit të markës Audi ka qënë vërtetë i pandalshëm. Janë një sërë modelesh të reja të prodhuara që e sjellin markën me katër rrrathë më afër objektivit të shtëpisë gjermane Audi për të qënë marka lider në segmentin premium në të gjitha tregjet kryesore të botës.

Audi Q3 SUV për në qytet është projektuar në bazë të pritshmërive dhe sjell edhe risi të rëndësishme në portofolin e modeleve të kësaj marke. Ky model, që mbar të gjitha tiparet më të mira të Audi-t, përcakton standarde të reja në çdo aspekt të tij. Shasia e konceptuar nga tradita më e mirë Audi është zhvilluar më tej. Sistemet e asistencës në drejtim dhe ato të multim medias flasin qartë për epërsinë e modelit Q3.

Audi Q3 vazhdon linjën e modeleve Q të Audit, fillesat e të cilave gjëndet tek versioni i parë i modelit Audi Q7. Ky model dinamik me pesë dyer, në formën e një coupe-je, ka një karakter të vërtetë 'fuori strade' përsa i përket qëndrimit të drejtuesit dhe pasagjerëve, përmasave të disqeve dhe lartësisë nga toka. Falë konceptit të vazhdueshëm të dizajnit 'lightweight', versioni standard i modelit Audi Q3 peshon më pak se 1.500 kilogram.

Audi Q3 ndërthur dizajnin dhe dinamikën e një modeli kompakt me hapësirën dhe funksionalitetin e një mjeti utilitaro-sportiv (SUV). Audi Q3 do të debutojë me tre motorë: një TDI dhe dy TFSI, të cilët gjenerojnë nga 140 deri në 211 kf.

Ky model pritet të prezantohet brenda këtij viti. Vëllimi vjetor i shitjeve për këtë model në mbarë botën mendohet të arrijë deri në 100.000 njësi.

The pace of development of the Audi brand has been quite steady. There are a number of newly launched models which bring the Brand with Four Rings closer to the objective of the German house Audi of being the world's leading premium brand.

The urban model, Audi Q3 SUV, was designed based on expectations, and introduces significant novelties in the brand portfolio. This model, which has inherited all the best features of Audi, sets new standards in every respect. Its chassis goes beyond the best Audi tradition. Its driver assistance systems and multimedia systems attest to the superiority of the Q3.

Audi Q3 continues Audi's Q-line of models, which started with Audi Q7. This dynamic five-door model with a coupe form has an off-road character noticeable in the position of its driver and passengers, the size of its tyres and the clearance from the ground. Thanks to the constant concept of the lightweight design, the standard version of Audi Q3 weighs less than 1,500 kg.

Audi Q3 combines the design and dynamics of a compact vehicle with the space and functionality of an SUV. Audi Q3 will initially be available with three engines: one TDI and two TFSI units, with horsepower numbers ranging from 140-hp to 211-hp.

This model is expected to be launched within this year. The annual volume of global sales for this model is expected to reach 100,000 units.



Gama "Copa" në Porsche Albania

Copa Range in Porsche Albania

SEAT prezanton gamën e re të pajisjeve të shtuara për modelet e kësaj marke: "Copa".

Kompromisi i vazhdueshëm ndërmjet pajisjeve funksionale dhe çmimit ka gjetur tek paketa e pajisjeve "Copa" në modelet SEAT përgjigjen më të mirë.

Disqet e aluminit 16", timoni multifunksional, dritat e mjegullës, piloti automatik, kompjuteri i bordit, pasqyrat elektrike me ngrohje janë vetëm disa nga përbërësit e paketës "Copa" tek SEAT Leon.

Ibiza, modeli më popullor i familjes SEAT vjen gjithashtu i pajisur me paketën "Copa". Disqet e aluminit 15" i japin makinë një paraqitje sportive. Emocioni në këtë model është tashmë i dukshëm që në pamje të parë.

Theksi që SEAT vendos mbi dizajnin dhe teknologjinë kanë qënë gjithmonë tiparet dalluese të kësaj marke. Teknologjia më e mirë e grupit VW shpalos dizajnin mesdhetar tek modelet e shtëpisë spanjolle të prodimit të makinave SEAT.

SEAT launches a new trim for its models: Copa.

The constant compromise between functional options and the price has found the best answer in Copa trim of SEAT models.

16" alloys, a multifunctional steering wheel, fog lights, cruise control, computer on board and electric heated mirrors are only some of the elements of Copa trim package.

Ibiza, the most popular model of the SEAT range, too, comes in a Copa version. The 15" alloys give the car a sporty look. The emotion in this model is now palpable at first sight.

The emphases on design and technology have always been distinguishing features of SEAT. The best technology in VW Group reveals the Mediterranean design in the Spanish brand of automobiles, SEAT.



Emri i përzgjedhur për paketët e pajisjeve të shtuara vjen nga lidhja e ngushtë që SEAT ka me botën e sportit. SEAT ishte edhe sponsori zyrtar i kampionatit "Europa League". "Copa" (ose kupa) si simbol i trofeut për fituesin në një garë ishte edhe termi më i gjetur për të përshkruar këtë paketë e cila e çon në një nivel më të lartë gamën e pajisjeve të makinës pa e ndryshuar cmimin e saj.

The name that was selected for the new trim package comes from the close relationship that SEAT has with the world of sports. SEAT is also the official sponsor of the Europa League. 'Copa' (or, the Cup), the symbol of the winner in a race, was also the right name for this package, which took the trim level to a higher level without changing the price.

SEAT IBIZA E RE COPA

(për versionet me 3 dhe 5 dyer)

PËR 10,500 €



GJITHÇKA MË LARTË PËRVEÇ ÇMIMIT*

COPA

Në jetë ka shumë, por ka edhe shumë më tepër. Po ashtu ka Ibiza por ka edhe versionin special SEAT Ibiza Copa. Ibiza Copa ofron komoditetin dhe dizajnin tipik të shtëpisë Spanjolle për një çmim atipik për këtë kategori. Shijoni nivelin e lartë të pajisjeve si Climatronic, disqet e aluminit 16", timonin e lëkurës, tapicerinë Copa të sediljeve por edhe shumë më tepër. Vizitoni sallonin e Porsche Albania-s dhe testoni SEAT Ibiza Copa.

ME MË SHUMË PAJISJE, UDHËTIMI SHIJON MË TEPËR.

PAJISJET SHITESË TEK IBIZA COPA

- Climatronic
- Disqe alumini 16" FABULA
- Timon lëkure
- USB + Bluetooth®
- Sediljet me tapicerinë Copa
- Sensor dritash dhe shiu

SEAT.COM/COPA

VW Amarok

Ujku i vërtetë midis makinave tregtare!

Intervistë me zotin Bledar Kozma, drejtor marke për VW Makina Tregtare



Zoti Kozma, tetë muaj pas prezantimit për herë të parë në tregun shqiptar, si do ta komentoni ecurinë e këtij modeli?

Në muajin tetor 2010 Porsche Albania prezantoi VW Amarok në mënyrë ekskluzive gjatë përvjetorit të pestë të aktivitetit në Shqipëri. Në atë kohë tregu shqiptar karakterizohej shumë nga kureshtja, por edhe pak nga skepticizmi ndaj këtij modeli të ri. Vlen të përmendet se me Amarok, VW hyri në një segment tërësisht të ri të tregut, atë të kamionçinës 'pick-up'. Megjithatë besimi që shqiptarët kanë tek kjo markë mposhti edhe atë pak hezitim që sille mosnjohja e këtij modeli. Brenda një kohe shumë të shkurtër arritëm t'ua propozojmë këtë model aktorëve kryesorë të tregut në segmentin 'pick up' dhe çka është edhe më e rëndësishme morëm shumë telefonata dhe takime direkte ku na kërkohesh më tepër informacion mbi këtë model. Arritëm të siguronim porosi edhe përtej pritshëmërive që kishim, gjë që ishte e pazakontë për një model të ri. Sot edhe pse vetëm tetë muaj pas prezantimit në treg, mund të themi me bindje se VW Amarok me teknologjinë gjermane të shtëpisë VW do të jetë padyshim lider në segmentin 'pick-up', dhe kjo për një kohë të gjatë.

Cilat janë disa nga tiparet dalluese të këtij modeli?

Në fakt janë shumë. Nëse do të shkëpusja disa prej tyre, padyshim do të veçoja: motorin 2.0 BiTDI, me dy turbo i cili gjeneron 163 kf dhe një forcë maksimale përdredhëse prej 400 Nm, me konsum të moderuar. Sistemi opsional '4 motion' i jep makinës të gjithë fuqinë dhe stabilitetin e nevojshëm në çdo situatë. Për të vazhduar më pas me shasinë e përforcuar me traversa të një teknologjie të lartë e cila ofron qëndrueshmëri edhe në situatat më ekstreme. Hapësira e ngarkesës pas (më e madha në kategorinë e vet) lejon ngarkimin edhe të një 'euro-paletes' (me peshmbajtje maksimale prej 1,147 kg ngarkesë.)

Siguria është një tipar dallues i modeleve VW. Si është konceptuar ky model në këtë aspekt?



VW Amarok është i pajisur me sistemin standard ABS por mund të porositet edhe me sistemin opsional ABS 'off road' të cilët zvogëlojnë dukshëm spostimin e makinës në raste të frenimit ekstrem. Gjithashtu makina vjen e pajisur me sistemin elektronik të kontrollit të stabilitetit ESP i cili në sajë të kordinimit të reagimit me sistemet ABS, EBC dhe TCS korrigjon devijimet e makinës duke rritur dukshëm sigurinë në çdo situatë drejtimi. Pajisjet e tjera si ESP-ja (për stabilizimin e pjesës fundore), bllokimi elektronik i diferencialit, sistemi ASR i cili shmang devijimet gjatë përsheptimit por edhe shumë sisteme dhe pajisje të tjera e shndërrojnë këtë model në një makinë vërtetë të sigurtë.

A mundëson Porsche Albania një ngarje prove me këtë model?

Po, në Porsche Albania të gjithë të interesuarit mund të provojnë tiparet e këtij modeli në një situatë reale të punës së tyre për të parë reagimin e këtij modeli në terren.

Zoti Kozma faleminderit për kohën tuaj.

Ju faleminderit!

VW Amarok

The wolf of the commercial vehicles!

Interview with Mr Bledar Kozma, Brand Manager for VW Commercial Vehicles



Mr Kozma, eight months after it was launched in the Albanian market, how would you comment the progress of this model?

In October 2010 Porsche Albania introduced VW Amarok exclusively during its fifth anniversary of operating in Albania. At the time, the Albanian market showed both curiosity and a little scepticism towards this new model. It should be noted that with Amarok, VW entered a completely new market segment: the pick-up one. The confidence that Albanians have in this brand, however, overcame that little hesitation arising from not being familiar with this model. Within a brief period of time, we managed to propose the model to the main pick-up market players, and, what is more important, we received a lot of calls for more details on it. The number of orders exceeded even our expectations, which is unusual for a new model. Today, only eight months after it was first launched on the market, we can say with confidence that VW Amarok, with its German VW technology, will certainly be a leader in the pick-up market segment for a long time.

What are some of the distinguishing features of this model?

They are many. If I am to give only some of them, I could mention the 2.0 BiTDI engine, with two turbochargers, which generates 163 Hp and a maximum torque of about 400 Nm, at a moderate consumption. The optional 4-motion system gives the vehicle all the necessary power and stability in every situation. In addition, its chassis is reinforced with crossbars of a high technology, and provides stability even in the most extreme situations. Its cargo area (the biggest in its kind) can even accommodate the loading of a Euro-palette (with maximal loading capacity of 1,147 kg.)

Safety is a distinguishing feature of VW models. How has this model been conceived in this respect?

VW Amarok is equipped with a standard ABS system, but it can also be ordered with an optional 'off road' ABS system which significantly reduces swerving in the event of extreme braking. In addition, it is equipped with an electronic stability control system (ESP) which, thanks to the coordination of its response with the AMS, EBC and TCS systems, corrects any swerving by significantly increasing safety in every driving situation. Other pieces of equipment, such as the ESP (for stabilizing the rear end), the electronic differential lock and the ASR avoid swerving during acceleration. Amarok is packed with other systems and pieces of equipment which make it a really safe vehicle.

Does Porsche Albania offer a test drive for this model?

Yes, Porsche Albania allows all interested people to try the features of this model in a real working situation, in order to see how it responds in a real-life situation.

Mr Kozma, Thank you for your time.

Thank you!

Ku po shkoni, zoti Turku?

Intervistë me drejtorin e markës Skoda në
Porsche Albania, zotin Eno Turku

Where are you going, Mr Turku?

Interview with Porsche Albania Skoda Brand
Manager, Mr Eno Turku



Buzëqeshja është një ndër tiparet dalluese tuajat, por sot kjo është veçanërisht e dukshme. Cila është arsyeja?

Në timonin e një Skoda Octavia Tour ndihesh gjithmonë mirë. Por kur ky timon drejton një makinë me tektonogjinë më të mirë të grupit VW, me një ndër motorët më eficientë dhe të fuqishëm të këtij grupi atë (2.0 TDI me 110 kf), dhe me pajisjet ndër më elegantet dhe funksionale si disqet e aluminit, ngjyrat metalike, ESP, ABS dhe sensorët e parkimit, atëhere kënaqësia i lë vëndin entuziazmit.

A vazhdon entuziazmi nëse përmendim çmimin e këtij modeli?

Raporti ndërmjet çmimit dhe cilësisë janë padyshim ndër armët më të forta të këtij modeli. Falë mbështetjes që kemi siguruar nga fabrika prodhuese ne arritëm që ky model t'i vinte klientit Shqiptar për vetëm 14.555 Euro. Një çmim ky i cili do të konsiderohej i mirë edhe për një makinë të një kategorie më të vogël dhe me motor benzine.

Përmendët motorin 2.0 TDI i cili gjeneron 110 kf, si do të përkthehej kjo në shifra konsumi?

Grupi VW dallohet për motorët eficient por ai i naftës 2.0 TDI mund të renditet ndër më të mirët përsa i përket raportit fuqi/konsum. Konsumi i kombinuar është vetëm 7.1 l/100 km. E gjitha kjo është e mundur vetëm falë kombinimit të teknologjisë së injeksionit direkt me turbon. Fuqi dhe eficientë më e madhe për çdo pikë karburant.

Vërtetë impresionuese. Por kujt i drejtohet ky model?

Një makinë e sigurtë, e fuqishme, ekonomike dhe me shumë pajisje funksionale e ka shumë të gjerë 'target-grupin'. Megjithatë unë mendoj se familjarët dhe bizneset do t'i shfrytëzonin dhe do të përfitonin më së shumti nga karakteristikat e këtij modeli.

Ku mund ta shohim nga afër këtë model?

Në sallonin tonë në autostradën Tiranë-Durrës ju mund të bëni shumë më tepër sesa një shikim të thjeshtë. Tek ne ju mund të provoni ndjesinë në timonin e këtij modeli, të informoheni nga konsulentët tanë të shitjes mbi tiparet e tij dhe modeleve të tjera të markës çeke si edhe të merrni këshillat më të mira nga inxhinierët tanë të servisit.

Për ata të cilët javën e punës e kanë të ngarkuar dhe e kanë të pamundur të shkëputen për ta parë këtë model (por edhe modelet tona të tjera) në Porsche Albania ju do të gjeni gjithmonë një nga konsulentët tanë të shitjes edhe ditën e shtunë.

Por për shumë persona e shtuna është një ditë normale pune dhe vizita në sallonin tuaj jo gjithmonë është e mundur.

Një ofertë sado e mirë, në rast se nuk mban parasysh kufizimet e grupit të cilit i drejtohet, do të mbetet e mirë thjesht në letër. Ky është një nga parimet që na udhëheq në hartimin e çdo oferte speciale që kemi. Porsche Albania ka të ekspozuara dy makina në dy pika të rëndësishme takimi për shumë vizitorë. Skoda Octavia Tour mund të shihet nga afër e ekspozuar në City Park dhe tek restorant Stela. Dhe nëse edhe kjo vizitë do të ishte e vështirë atëhere konsulentët tanë të shitjes do ta sillnin modelin tonë të provës në zyrën tuaj të punës për ta parë atë nga afër.

Zoti Turku, ju falenderojmë për kohën dhe informacionin e dobishëm që morëm prej jush.

Faleminderit edhe ju!

A smiling face is one of your distinguishing features, but today your smile is particularly radiating. Why is that?

Behind the driving wheel of a Skoda Octavia Tour one always feels good. But, when the wheel steers a car with the best technology in the VW Group, with one of the most efficient and powerful engines in the group (2.0 TDI at 110 Hp), and with some of the most elegant and functional options, including its alloy wheels, metallic body paints, ESP, ABS and parking sensors, then pleasure gives in to enthusiasm.

Will this enthusiasm hold on if you mention the price of this model?

Its price and quality are among its strongest weapons. Thanks to the support we have received from the manufacturer, we managed to offer this model to the Albanian customers for EUR 14,555. This is a good price even for a lower category car with a petrol engine.

You mentioned the 2.0 TDI engine, which generates 110 Hp. How would that translate into terms of consumption?

The VW Group is known for its efficient engines, but its 2.0 TDI engine is ranked among the best ones with regard to the power/consumption ratio. Its combined consumption is only 7.1 l/100 km. All this is made possible by a combination of its direct injection and turbofan technology. More power and efficiency for every drop of fuel.

Quite impressive. Who is this model targeted to?

A safe, powerful, economic and option-packed car attracts a broad target group. However, I think that it would appeal as a family and commercial car, due to its suitable characteristics.

Where can we see it from close?

In our showroom in the Tirana-Durres highway you can do more than simply see it. You can test drive it, receive information about it and other models of the Czech brand from our sales consultants, and get the best advice from our post-sale engineers.

Those who are busy during the week and cannot get away from their work to see this model (and other models on display) in our showroom will always find one of our sales consultants on Saturdays.

For many people, however, Saturdays are regular workdays, and a visit to your showroom is not always possible.

However good an offer may be, if it does not take into account the limitations of its target group, it will remain good only on paper. This is one of our guiding principles in preparing our special offers. Porsche Albania has cars on display in two important meeting points for many visitors. You can see Skoda Octavia Tour in the City Park and in Stela Restaurant. And, even if that visit would prove to be difficult, then our sales consultants would bring our test car to your workplace so that you could see it from close.

Thank you, Mr Turku, for the time and useful information you gave us.

Thank you!



New Škoda Octavia Tour

Makina ideale për familjet dhe bizneset.

Me një gamë të gjerë opsionesh Škoda Octavia Tour plotëson çdo nevojë për siguri, performancë dhe hapësirë.

Pajisjet: Motor 2.0 TDI (110 KF), ngjyrë metalike, Ajër i kondicionuar, ESP, ABS, kompjuter bordi, disqe alumini 15", Radio CD, Airbag për drejtuesin dhe pasagjerin etj.



14,555€

ose 177€/muaj

www.skoda-auto.com

Konsumi i kombinuar 7.1l/100 km dhe CO2 emetime të kombinuara 167g/km

Për më tepër na vizitoni në tre sallonet tona:

PORSCHE
ALBANIA

Autostrada Tiranë -Durrës, Km.3 Mëzez, Albania.
Tel. +355 (0) 69 20 57 740 , +355 (0) 69 40 66 076
office@porsche.al

E.T.T Group Auto sh.p.k

Kthesa e Viroit Gjirokastrë, Albania.
Tel. +355 (0) 69 40 52 594
ettgroupauto@gmail.com

KOSTANDIN
GROUP

Rruga Nacionale Shkodër - Tiranë.
Tel. +355 (0) 44 50 21 32
skoda.shkoder@hotmail.com

Europa, ndërmjet meje dhe teje

Europe-Between Me and You

Pjesë nga fjalimi i drejtorit të Përgjithshëm të Porsche Albanias, zotit Gentian Bushatit.

Excerpts from the speech by Porsche Albania General Manager, Mr Gentian Bushati.

Të nderuar pjesëmarrës në këtë auditor dhe Panel i nderuar!

Është një kënaqësi për mua të jem këtu para jush i ftuar nga zoti Velaj për të ndarë dhe bashkëbiseduar ngjashmëri dhe dallime me vendet Europiane si pjesë e të ardhmes tonë të përbashkët.

Porsche Albania është pjesë e një prej Grupeve më të mëdha të Importimit dhe tregtimit të makinave kryesisht të Grupi Volkswagen. Porsche Holding që prej datës 1 mars 2011 është pjesë e integruar e Koncernit VW Group. Porsche Holding Salzburg sot shet rreth 433.000 makina në vit, me një xhiro prej rreth 12,8 Mld EURO në vitin 2010.

Porsche Albania e ka filluar aktivitetin e vet në Shqipëri në tremujorin e fundit të vitit 2005. Në atë kohë e filluam aktivitetin tonë vetëm me dy marka, Audi dhe SEAT. Në mes të vitit 2006 morëm të drejtën nga fabrika e importimit dhe tregtimit të Markës Skoda në Shqipëri si dhe që nga fillimi i vitit 2008 jemi distributor direkt i fabrikës për markën VW Makina Tregtare.

Porsche Albania është e vetmja kompani ndërkombëtare që ushtron aktivitet në tregun shqiptar të makinave, duke sjellë eksperiencën më të mirë të kompanisë mëmë, Porsche Holding.

Tregu i makinave në Shqipëri ka njohur për herë të parë makinat private si një mjet luksi dhe pune, shumë kohë përpara. Me sa di unë makinat e para private në Shqipëri kanë ekzistuar që në vitet 1920, për të ardhur pastaj në vitet e komunizmit ku makinat private nuk ishin të lejuara!

Pas viteve "90 në Shqipëri filloi të lulëzonte përsëri mbas shumë viteve tregu i makinave private. Diku nga fundi i viteve 90 filluan në Shqipëri të regjistrohen kompanitë e para të licencuara nga fabrikat përkatëse. Sot në Shqipëri janë prezente në treg pothuaj të gjitha markat më të njohura botërore, ato nga Europa, Amerika, apo edhe nga Kina e largët.

Pra siç shihet në këtë pasqyrë të shkurtër historike, tregu i makinave në Shqipëri është relativisht i ri. Dikur ky treg ishte shumë i vogël. Koncesionarët në atë kohë shisnin diku tek 5-20 makina në vit. Duke filluar nga vitet 2000, filloi dhe ngritja e volumit në këtë sektor të tregut ku padyshim në këtë periudhë blerësi më i madh ishte gjithmonë shteti. Pas këtyre viteve shohim një rritje sinjifikative të tregut të automjeteve të reja sidomos në vitet 2006-2008 ku shifra e makinave të reja varion nga 3000-3800 makina.

Viti 2008 solli një konsolidim në shitjen e makinave të reja në Shqipëri. Kjo si efekt historik si edhe i një rritjeje të admirueshme të ekonomisë, duke ju referuar edhe të dhënave të rritjes së GDP. Gjithashtu, një ndikim të madh ka dhënë edhe një aktor tepër i rëndësishëm në zinxhirin e aktiviteteve të blerjes siç është edhe lizingu financiar. Në atë periudhë, në Porsche Albania (por dhe jo vetëm) raporti i blerjeve me vetëfinansim më ato me lizing ishte rreth 40 me 60%.

Siç ju të gjithë e dini, në vitin 2009, sidomos në pjesën e 6-mujorit të dytë, kriza ekonomike financiare që mbërtheu të gjithë globin reflektoi edhe në Shqipëri pasojat e saj negative. Në këtë vit tregu i makinave të reja ra me ¼ pra rreth 3.100 makina të shitura. Kjo shifër u referohet disa të dhënave të kryqëzuara si dogana, tatime por edhe vetë kompanive, të siguruar nga Shoqata e Distributoreve Legalë në Shqipëri.

Në Shqipëri kjo situatë ishte tepër presuese për disa kompani të vogla ose të paorganizuar në struktura që t'u qendronim sfidave

Dear participants, dear Panellists,

It is a pleasure to have been invited by Mr Velaj to share with you my ideas and discuss the similarities with, and differences from, European countries, as part of our common future.

Porsche Albania is a member of one of the biggest car dealerships, Volkswagen Group: Since 1 March 2011, Porsche Holding has been a member of VW Group. Porsche Holding Salzburg now sells about 433,000 vehicles a year, with a turnover of about EUR 12.8 billion in 2010.

Porsche Albania started operating in Albania in the last quarter of 2005. At the time we dealt only in two brands: Audi and SEAT. In mid-2006 we received from the manufacturer the right to import and sell the Skoda brand in Albania, and since early 2008 we have been a direct dealer for the VW Commercial Vehicles brand.

Porsche Albania is the only international company operating in the Albanian automotive market, bringing the best experience of its parent company: Porsche Holding.

The Albanian automotive market first saw the use of privately owned



vehicles for leisure or commercial purposes a long time ago. As far as I know, first privately owned vehicles were introduced in Albania as early as in the 1920s, only to be banned during the communism.

After 1990, the privately owned vehicle market started to flourish again in Albania. In late 1990s the first manufacturer-licensed dealers started operating in Albania. Today almost all the well-known brands from Europe, America or even far China are present in Albania.

As this short background introduction shows, the Albanian automotive market is relatively new. In the beginning this market was very small. Car dealers barely sold five to twenty vehicles a year. Since 2000 the volume of sales in this market segment has been increasing. In the beginning the Government was the largest

që sillte kjo situatë e re ekonomike-financiare në Shqipëri.

Kompani të konsoliduara në treg, siç është kompania jonë edhe për vitin 2009 arriti të kishte përsëri një vit rekord shitjesh me rreth 3% më shumë krahasuar me vitin rekord 2008.

Pavarësisht masave shtrënguese që Qeveria ka ndërmarrë mes vitin 2010 për taksën mbi pronësinë në rastin e shitjes për makinat e përdorura nuk ka dhënë efektin e duhur: atë të rritjes së numrit të makinave të reja, por përkundrazi ka lënë vend për abuzime. Në mendimin tim, mungesa e rezultateve të prekshme përse i përket dekurajimit të importit të makinave të përdorura, nuk duhet të ndërpresë përpjekjet e qeverisë për të kontrolluar dhe kufizuar importin dhe tregtimin e mjeteve të cilat bashkë me moshën sjellin edhe probleme të rëndësishme mjedisore apo sociale.

- Po çfarë mund të bëhet që ky treg të njohë rritje dhe të jetë një nga kontribuesit e rëndësishëm në rritjen ekonomike të Shqipërisë?

Për fat të keq në Shqipëri ka ende shumë probleme zgjidhja e të cilave minimalisht do të ndihmonte individët në vendimin e tyre për të investuar në mjete motorike për punë, kryesisht me Km 0. Njohja



dhe rimbursimi i TVSH-së për makinat e pasagjerëve të kompanive dhe karburantit në rastin kur ato përdoren për nevoja transporti të punonjësve të marketingut apo të parashitjes është një shembull i mirë që vjen nga vendet europiane. Kjo gjë do bëjë të mundur një rritje minimalisht prej rreth 30-40% të tregut të makinave të reja në Shqipëri.

Mosvendosja e taksës mbi vlerën e shtuar për çdo rishitje të një makine, do bëjë të mundur që koncesionarët të mund të ripranojnë makina dhe t'u ofrojnë blerësve makina të reja.

Nxitja e tregut drejt makinave të reja 80% të të cilave plotësojnë standardin EU5 të emetimeve (pra më pak se 0,5 g/km oksid azoti dhe më pak se 0,025 g/km grimca të imta) do të përmirësonte dukshëm këtë situatë duke e bërë ajrin në qytetet tona shumë herë më të pastër.

Megjithë problemet e vërejtura unë mendoj se tregu i makinave në Shqipëri ka hyrë tashmë në një rrugë pa kthim drejt modernizimit duke nxitur në të njëjtën kohë të gjithë aktivitetin që ky treg ka nga pas: rritjen e efikasitetit të transportit për produktet e ndryshme që tregtohen, uljen e kostove si dhe përmirësimin e ambientit ku jetojmë, duke shtuar komfortin dhe volitshmërinë kjo e vlefshme edhe për familjarët.

Mendoj që kompanitë e tregtimit të automjeteve që sot kanë të punësuar rreth 500-800 persona në një të ardhme shumë të afërt do të kthehen në kompanitë më atraktive përse i përket punëdhënies dhe për këtë i ftoj të rinjtë që të jeni gjithmonë të gatshëm për ofertat që ky sektor hedh ne treg.

buyer. The segment of new vehicles has especially increased, with sales reaching 3,000-3,800 vehicles in 2006-2008.

2008 was the year of consolidation of the new vehicle market in Albania. This as a result of an admirable economic growth. In addition, a very significant factor in the chain of selling activities was the introduction of the financial leasing. At the time, the ratio of self-funded purchases to leased purchases was about 40/60 in Porsche Albania and other companies.

As you all know, the economic and financial crisis that hit the Globe, especially in the second half of 2009, gave its negative impact in Albania, too. That year, the market of new vehicles fell by a quarter, with 3,100 sold vehicles. This figure is based on cross-checked data from the customs and tax administrations and company data, received from the Albanian Legal Dealers Association.

This was very distressing for some small or disorganized companies, which could not cope with the challenges that the new economic and financial situation in Albania brought about.

Other consolidated companies—such as ours—continued to increase their sales even in 2009, with 3% more sales than in 2008.

Regardless the enforcement measures taken by the Government in mid-2010 regarding the property tax imposed on second-hand vehicle purchase transactions this has not yielded its intended effect: an increased number of new vehicles sold—and has led to room for abuse. In my opinion the lack of tangible results in discouraging the importing of second-hand vehicles should not discourage the Government's efforts for controlling and restricting the importing and trading of vehicles which, together with their age, bring significant environmental or social problems.

- What can be done for this market to grow and be one of the most significant contributors to economic growth in Albania?

Unfortunately, Albania still has a lot of problems the solution of which would help individuals make an informed decision to invest in new commercial motor vehicles. VAT recognition and refund for corporate passenger vehicles and fuel when they are used by marketing or pre-sale staff is good example from European countries. This will enable an increase of about 30-40% of the new vehicle market in Albania.

If VAT is not applied to every resale of a vehicle then it would be possible for dealers to repurchase vehicles in exchange for new vehicles.

An effort for promoting the market of new vehicles, 80% of which meet the EU5 emissions standard (i.e. less than 0.5 g/km nitrogen oxides and less than 0.025 g/km particulate matter) would significantly improve this situation and make the air in our cities much cleaner.

Despite the problems, I think that the automotive market in Albania has embarked an irreversible road towards modernization, promoting at the same time all the activities related to it: increased transport efficiency for the various products, reduced costs, and improved environment we live in, thus increasing the comfort and convenience for households.

I think that car dealers, which currently employ 500-800 persons, in the near future will become the most attractive employers; therefore I invite the young people to be always ready for what this market segment offers.

LESS WEIGHT IN MEANS
MORE POWER OUT.

**Audi i ri A6 me
shasinë hibride të aluminit.
Projektuar me një vizion të ri.**

As edhe një gram i vetëm nuk është i tepërt tek Audi i ri A6. Shasia e tij e aluminit hibrid e bën makinën të qëndrueshme dhe të lehtë. Atë që kemi lënë në peshë e kemi shtuar në teknologji. Paneli i lidhjes Wi-fi, MMI me prekje dhe ekrani në xhamin e makinës e plotësojnë në mënyrë perfekte këtë model.

