

# Drive

PORSCHE  
ALBANIA

06/15

04  
Vazhdon Rritja për Porsche Holding Salzburg  
Continued Growth for Porsche Holding Salzburg

05  
2 Kilometra  
2 Kilometers

08  
A new beginning

14  
Ku Ziben  
Audi Q7



# Përmbajtja Content

- 03** I dashur lexues  
Dear Reader

---

- 04** Vazhdon Rritja për Porsche Holding Salzburg  
Continued Growth for Porsche Holding Salzburg

---

- 05** 2 Kilometra  
2 Kilometers

---

- 06** It's show time  
Tirana auto-moto show 2015

---

- 08** Nje fillim i ri  
A new beginning

---

- 10** Fast & Furious  
A quick look at the world wild race

---

- 12** Kthesa  
The turning point

---

- 14** Ku Ziben  
Audi Q7

---

- 16** Naftë nga uji  
Diesel from water

---

- 17** Shiko taksitë  
Look at the cabs

---

- 18** T6 Volkswagen Transporter i Ri  
T6 The new Volkswagen Transporter

---

- 19** Volkswagen Caddy i ri i 2015  
New 2015 Volkswagen Caddy

---

- 20** Koncepti i menaxhimit të flotave  
Fleet management concept

---

- 22** Tregu i makinave të reja  
New car market



Revista Drive është një botim periodik i Porsche Albania.  
Realizimi: Botues Porsche Albania,  
Realizimi grafik: Sourceone

Burimi: Audi: Audi-Mediaservice.com,  
SEAT: media.SEAT.com,  
VW Makina Tregtare:  
volkswagen-media-services.com,  
VW Das Auto Magazine  
ŠKODA: press.ŠKODA-auto.com.

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

Porsche Albania,  
Autostrada Tiranë-Durrës, Km. 7, Rr. Monun.  
Telefon: +355 (04) 240 74 30, Fax.: +355 (04) 240 74 34,  
e-mail: [office@porsche.al](mailto:office@porsche.al); <http://www.porsche.al>

# I dashur lexues, Dear Reader,

Revista Drive ka filluar si një botim kompanie për të ndarë së bashku aktivitetet e kaluara dhe ato të ardhshme në Porsche Albania. Në çdo botim kemi gjetur hapësirë për të përfshirë aspekte që na kanë frymëzuar, tërhequr, nxitur pasionin, por edhe ato çka na kanë shqetësuar.

Megjithatë, ky botim është disi më i veçantë. Ne kemi hyrë në tregun Shqiptar në vitin 2005 dhe ky është viti ynë i dhjetë i aktivitetit në këtë treg. Për të shënuar këtë dekadë arritjesh mbresëlënëse dhe zhvillimi, kemi kënaqsinë të ndajmë me ju lajmin e fillimit të shitjes për individë dhe kompani të makinave të pasagjerëve Volkswagen, markën më të suksesshme të grupit Volkswagen në mbarë botën. Me këtë anëtar të ri, familja e Volkswagen në Shqipëri është kompletuar dhe tashmë ne jemi në gjendje t'ju ofrojmë gamë të plotë të produkteve Volkswagen. Përfshirja e një marke të tillë të rëndësishme padyshim kërkon gjithashtu hapësirë ekspozimi dhe shërbimi, prandaj vitin e kaluar ne filluam ndërtimin e një salloni të ri me një objektiv në mendje: Zbatimin e standardeve të markave në çdo dimension të saj! Sot ne jemi krenarë të prezantojmë sallonin Volkswagen në Tiranë me markat Audi, Volkswagen dhe Volkswagen Commercial Vehicles, për të vazhduar historinë e suksesit të Porsche Albania edhe në vitet e ardhshme. Me katër sallone në dy vendndodhje të ndryshme Porsche Albania ka më shumë kapacitete se çdo operator tjetër i shitjes me pakicë të makinave të reja, në tregun shqiptar. ŠKODA dhe SEAT do të ndajnë ndërtesën ekzistuese në dy sallonetë ndryshme ku po ashtu janë planifikuar investime të rëndësishme. Departamenti ynë ishërbimit ka pësuar një përmirësim të konsiderueshëm. Magazina e pjesëve të këmbimit është rritur më shumë se gjashtë herë ndërkohë që sipërfaqet funksionale të servisit përfshirë këtu ambientet e punës apo shërbimit janë dyfishuar. Këtë dhjetë vjetor ka shumë për të festuar së bashku dhe për këtë arsye ju kërkohet të

bëheni pjesë e aktiviteteve tona të veçanta të planifikuara në vjeshtë të këtij viti në sallonet tona. Më shumë informacion së shpejti!

Paçka ritmit të lartë të këtyre aktiviteteve, ne nuk kemi reshtur nga puna jonë e përditshme. Tirana Auto Moto Show, prezantimi i Audi-t të ri Q7, investimi në tregun e taksive ku ŠKODA nuk është vetëm një lider në këtë treg, por po bëhet edhe sinonim për këtë biznes, dialogu i vazhdueshëm me Institucionet Qeveritare dhe shumë më tepër.

Në faqet në vijim, ju do të keni mundësinë për të mësuar më shumë rreth këtyre temave dhe tendencave, si dhe lajme nga bota sportive e markave tona.

Lexim të këndshëm,

» We started Drive as a Company Magazine to share with you past and future activities of Porsche Albania. In every edition we have found room to include aspects that have inspired, attracted, made us feel passionate about or concerned us.

Yet this edition is somehow more special. We started operations in 2005 and this is our tenth year of operation in the Albanian market. To mark this decade of impressive achievements and growth together with you we have the pleasure to welcome the retail activities of Volkswagen Passenger Cars, the best performing brand of the Volkswagen Group worldwide, to the Portfolio of Porsche Albania. With this new member the Volkswagen Brands family is completed in our company and we are able to offer you the full range of Volkswagen Products. The incorporation of such an important brand obviously also requires the installation of a proper display and service area. Therefore we started last year with the construction of a new showroom and service with one thing in mind: Matching the brands standards in every dimension!

Today we are proud to introduce our newly opened Volkswagen Tirana showroom featuring the brands of Audi, Volkswagen and Volkswagen Commercial Vehicles in the successful years to come. With four showrooms in two different locations Porsche Albania has more capacities than any other automotive retailer in the Albanian market. ŠKODA and SEAT will share the existing building in two different showrooms where also important investment are planned. Our service department has undergone a substantial upgrade. The spare part warehouse capacity has been increased more than six times and we were able to double the service operational surface, lifters, work bays and tools.

With so much to celebrate together we will ask you to visit us soon and join us for one of the many special actions planned in autumn this year at our Show rooms. More Information will follow shortly!

Yet all these activities have not stopped us from doing our daily business. Tirana Moto Show, the introduction of the Audi Q7, the taxi market where ŠKODA is not only a market leader but is becoming a synonym for this business, the continuous dialogue with Governmental Institution and much more.

In the following pages you will have the chance to learn more about these topics and trends as well as motorsport news from our brands.

Enjoy reading

Gentian BUSHATI  
Drejtor i Përgjithshëm  
General Manager  
Porsche Albania

Fabian JUNGNITSCH  
Drejtor i Përgjithshëm  
General Manager  
Porsche Albania

# Vazhdon Rritja për Porsche Holding Salzburg

## Continued Growth for Porsche Holding Salzburg

Porsche Holding Salzburg (PHS) e mbyll edhe 2014 me një rekord shitjesh dhe vazhdon në një trend rritjeje pavarësisht kushteve sfiduese të tregut. Xhiroja e konsoliduar ishte 17.1 miliardë euro, çka përbën 4.9% rritje krahasuar me vitin e mëparshëm fiskal.

Shitjet e makinave të reja dhe të përdorura në 24 tregjet ku PHS funksionon si importues dhe shitës me pakicë, u rritën me 4.4% dhe arritën 867,249 makina. Shitjet e makinave të reja përbënin 623,203 njësi (ritje me 5.3 %). Shitjet e makinave të përdorura u rritën me 2.2% dhe arritën 244,046 njësi.

### Vit rekord për shitjet me shumicë

PHS bën biznes automjetesh me shumicë në 16 tregje (Austri, EQL, Kili dhe Kolumbi) për market e Grupit Volkswagen. Me shitjen e 281,456 (ritje me 2.7%) makinave të reja nëpërmjet biznesit me shumicë, PHS vendosi një rekord të ri për sa i përket shitjeve të automjeteve por edhe nga pikëpamja e xhiros, e cila u raportua 6.0 miliardë euro (ritje me €0.2 miliardë).

### Rikuperim i lehtë në pjesë të mëdha të rajonit EQL PHS përfiton nga prania e vazhdueshme në treg për të gjeneruar rritje të mëtejshme

Në vitin 2014, në shumë vende të EQL mund të vihej re një prirje për rritje. Megjithatë, tregjet rriten gjithnjë e më shumë duke filluar nga një nivel i ulët.

Kështu, tregjet e makinave të pasagjerëve në Rumani, Hungari dhe Kroaci u rritën 20% krahasuar me vitin e mëparshëm; ndryshe nga situata në Ukrainë, ku tregu ra me më shumë se gjysmën në vetëm një vit. Në tërësi, tregjet në rajonin e EQL ranë me 5.9% për shkak

të kësaj rënieje. Pa tregun ukrainas, rritja e tregut në këtë rajon do kishte qenë 14.2%.

PHS u rrit mbi mesataren aktuale të tregut. Në të gjithë Europën Lindore u shitën 198,933 makina të reja, një rritje prej 13.1% krahasuar me vitin 2013 dhe deri 29.8% pa Ukrainën. Pjesa e tregut e markave të Grupit Volkswagen përfaqësuar nga PHS u rritën me 2.9 pikë përqindje në 18.7%. Shitjet e makinave të përdorura u rritën në 12,381 njësi (ritje prej 15.6%).

"Kemi ruajtur veprimtaritë tona tregtare gjatë krizës në këto vende he tani po përfitojmë nga rritja. Për pasojë, kemi shumë mundësi për të kompensuar humbjet në Ukrainë," shprehet A. Favey, duke konfirmuar vendimin për të qëndruar aty gjatë krizës. Më tej, shton, "Do të qëndrojmë edhe në Ukrainë dhe shpresojmë që situata do të qetësohet shpejt. Për ne, Ukraina vazhdon të jetë një treg strategjik në Europën Lindore që na ofron potencial të madh në të ardhmen."

» Porsche Holding Salzburg (PHS) closes 2014 again with a sales record and continues on a course of growth despite challenging market conditions. Consolidated turnover was €17.1bn, which is 4.9 % up compared with the prior business year.

New and used car sales on the 24 markets that PHS operates as importer and retailer, grew 4.4 % to 867,249. New vehicle sales were accounted for 623,203 (+ 5.3 %) units. Used car sales rose 2.2 % to 244,046 units.

### Record year for wholesale

PHS does automotive wholesale business in 16 markets (Austria, CEE, Chile and Colombia) for the Volkswagen Group brands. By selling 281,456 (+ 2.7%) new cars through wholesale business, PHS not only set a new record in terms of vehicle sales but also in terms of turnover which was reported at €6.0bn (+ €0.2bn).

### Slight recovery in wide parts of the CEE region PHS benefits from its continued market presence to generate further growth

In 2014, an upward trend could be observed in many CEE countries. Markets develop increasingly positive, however, starting off from a low level.

Hence, passenger car markets in Romania, Hungary and Croatia grew 20 % compared with the prior year. Unlike the situation in Ukraine, where the market dropped by more than half in just a year. Overall, markets in the CEE region fell by 5.9 % due to this market slump. Without the Ukrainian market, growth would register at 14.2 % in this region.

PHS grew above current market average. 198,933 new vehicles were sold throughout Eastern Europe, up 13.1 % over 2013, and even 29.8 % without Ukraine. Market share of the Volkswagen Group brands represented by PHS rose by 2.9 percentage points to 18.7 %. Used car sales increased to 12,381 units (+ 15.6 %).

"We have maintained our trade activities during the crisis in these countries and now benefit from growth. Hence, we are more than able to compensate for losses in Ukraine", says A. Favey, confirming the decision to stay there during the crisis. He adds: "We will also stay in Ukraine and hope that the situation will calm down soon. To us, Ukraine continues to be a strategic market in Eastern Europe offering us great potential in the future."

Pika shitjeje / Dealership

595

Punonjës / Employees

32,307

Të ardhura / Turnover

17.10 miliard

euro /Billion Euro

Makina të reja të regjistruara

New car registration

623,230



## 2 kilometra 2 kilometers

Nëse qëndrojmë qoftë edhe për 10 minuta me vajzën e cila pret telefonatat e klientëve për të caktuar takime për servis apo pjesë këmbimi shumë shpejt do e humbim fillin e bisedës pasi zilja e telefonit bie vazhdimisht. Sistemi i menaxhimit të kohës në servis do ishte pak ose aspak i dobishëm nëse klientët nuk do të kontaktonin fillimisht me telefon. Dhe telefoni bie vazhdimisht.

“Me shitjet në rritje të vazhdueshme dhe me një bazë klientësh gjithmonë e më të gjerë, numri i klientëve në servis është rritur ndjeshëm.” – shprehet drejtori i departamentit të servisit në Porsche Albania Z. Raimond Zhegu. Por edhe kjo formë 'disiplinimi' i fluksit të klientëve në servis u vu në provë të vështirë kur kërkesa filloi të tejkalonte, kapacitetet e servisit për të pritur dhe për tu shërbyer klientëve të kompanisë. Edhe pas zgjerimeve të njëpasnjëshëm të kapaciteteve brenda ambienteve ekzistuese, u pa qartë se ishte e pamjaftueshme për të pritur kërkesën në rritje për shërbim. Zgjidhja ishte vetëm një. Zgjerimi i mëtejshëm i kapaciteteve të servisit në një godinë të re.

Nga muaji Maj 2015 Porsche Albania ka tashmë dy servise për t'u shërbyer klientëve të markave të saj. Servisi ekzistues prej disa muajsh tashmë u shërben klientëve të markës ŠKODA dhe SEAT ndërsa për markat Volkswagen, Volkswagen Makina Tregtare dhe Audi ka tashmë një servis tërësisht të ri. “Sot ne kemi 1,750 metra katrorë servis për markat tona (nga 936 m<sup>2</sup> që kishim më parë). Janë 15 ura (8 më parë) që me krahët e tyre mbajnë peshën e qindra makinave çdo muaj. Me një kapacitet për t'u shërbyer 60 makinave në ditë sot themi me bindje se klientët do vazhdojnë të gjejnë zgjidhjen më të mirë për problemin e makinës së tyre por tashmë shumë më shpejt” – shprehet Z. Zhegu.

Por si përkthehet kjo rritje në kapacitet për klientët. 4 konsulentët e servisit (2 më parë) do ta kenë më të lehtë të organizojnë ditën e punës pa i lënë klientët të presin gjatë për një shërbim. Hapësira në magazinën e pjesëve të këmbimit me 550 metra katrorë (80 më parë) është e bollshme për të mbajtur një stok pjesësh edhe më të madh që do të thotë se për shumë klientë pjesët do jenë në gjendje pa pasur nevojë të presin sa të mbërrijnë nga fabrikat.

Me një distancë prej 2 km nga njëri tjetri dy serviset në Porsche Albania janë gati për të pritur klientët.

Sot ne kemi  
1,750 metra  
katrorë servis  
për markat  
tona (nga 936  
m<sup>2</sup> që kishim  
më parë)



Raimond Zhegu  
Drejtori i servisit në  
Porsche Albania

Service Manager at  
Porsche Albania

If we stay for even 10 minutes with the girl who receives customers' phone calls to schedule appointments at the service or for spare parts, we would soon lose track of the conversation as the phone rings very often. The time management system at the service would be little or not useful if customers didn't initially contact us by telephone. And the phone rings constantly.

“With increasingly upward sales and an increasingly broader customer basis, the number of customers in the service has grown considerably,” says the director of the Service Department at Porsche Albania Mr. Raimond Zhegu. However, even this form of 'disciplining' the flow of customers at the service was put to a difficult test when demand began to go beyond the service capacities to receive and serve company customers. Even after consecutive expansions of existing premises, it was seen clearly that it was not sufficient to handle growing demand for servicing. The solution was only one – further expansion of service capacities in a new building.

From May 2015, Porsche Albania has two servicing premises to serve the customers of its brands. The existing service area, for some months now, serves customers of ŠKODA and SEAT, while an entirely new service serves the brands of Volkswagen, Volkswagen Commercial Vehicles and Audi.

“Today, we have 1,750 sq. meters of servicing area for our brands (instead of 936 m<sup>2</sup> we had before). There are 15 lifts (8 in the past) that carry the weight of hundreds of vehicles every month. With a capacity to serve 60 vehicles a day, we confidently say today that customers will continue to find the best solution for the problem of their cars, but now much faster,” Mr. Zhegu says.

How does this increased capacity for customers translate? The 4 service consultants (2 in the past) will find it easier to organize their day's work without leaving customers to wait for a certain service. Space in the spare parts warehousing area with 550 m<sup>2</sup> (80 in the past) is ample to hold an even greater stock of parts, which means that for many customers parts will be on stock and they won't have to wait for them to arrive from abroad.

At a distance of 2 km from one another, the two service areas of Porsche Albania are ready to receive customers.

# It's show time

Në Tiranën tonë të 'madhe' ka tashmë një panair të 'vogël' që synon të reflektojë prirjet dhe prurjet më të fundit të tregut ambicioz automobilistik.

Tirana Auto Moto Show erdhi në edicionin e dytë të këtij panairi dhe rimblodhi pas vetes të pasionuarit e këtij tregu duke shpalosur nën një çati modele makinash, motorësh, varka e avionë për të zgjuar kërshërinë e çdo vizitori. Situata delikate e tregut të makinave në Shqipëri ndikoi por nuk diktoi ecurinë e këtij aktiviteti, i cili këtë vit i duhej të konkurronte edhe me fushatën e zgjedhjeve lokale.

Në një pozicion qendror, Porsche Albania ishte ndër të parët që mirëpriti entuziastët të cilëve iu desh të qëndronin gjatë në stendën tonë pasi ajo çka 'ofrohej' e bënte të vështirë shkëputjen.

Në një koreografi qendrore ku 'hojet e bletës', simboli i përzgjedhur për të shoqëruar logon e 10 vjetorit në Shqipëri, shoqëronin vështrimin e vizitorëve gjatë qëndrimit pranë modelit të tij apo të saj të preferuar. Ndryshe nga çdo pjesëmarrës në këtë panair Porsche Albania zbarkoi me të 5-ta markat e saj për të ndarë me vizitorët një dekadë

aktiviteti në treg. 10 vjet në një nga tregjet më dinamikë dhe të vështirë në vend.

I veçantë dhe me shumë shije ishte prezantimi i 120 viteve histori të një prej markave më të hershme në Evropë, ŠKODA-s e cila nëpërmjet një instalacioni artistik arriti të përcjellë tek vizitorët 120 vite histori. Falë bashkëpunimit me Ambasadën Çeke dhe Muzeun e ŠKODA-s, Porsche Albania arriti të shfaqë ndër të parët këtë instalacion i cili tashmë pritet të ekspozohet në vendet e tjera Evropiane. Me shumë interes u prit edhe fjala e Ambasadores Çeke Znj. Bronislava Tomášová e cila solli fakte dhe informacione mbi markën ŠKODA si pjesë e traditës më të mirë Çeke në industri.

Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA dhe Volkswagen Makina Tregtare me modelet më sportive apo luksoze të shtëpisë qëndruan për 4 ditë nën dritën e projektorëve dhe vëmendjes së vizitorëve në këtë panair.

» Our 'great' Tirana now features a 'small' fair that seeks to reflect the latest tendencies and arrivals of the ambitious vehicle market.

Tirana Auto Moto Show held the second edition of this fair and gathered around itself aficionados of this market and displaying under the same roof a variety of cars, motors, boats and planes enough to spark the curiosity of every visitor. The delicate circumstances of the vehicle market in Albania influenced but did not dictate the progress of this event, which this year had to compete also with the local election campaign.

Centrally located, Porsche Albania was among the first to welcome enthusiasts who had to stay long at our stand because what was 'offered' made it difficult to leave.

The setting featured 'honeycombs,' the symbol selected to accompany the 10<sup>th</sup> anniversary of the presence in Albania, and these accompanied the sight of visitors during their stay in front of favorite models.

Unlike any other participant in this fair, Porsche Albania landed there with all of its five brands to share with visitors a decade of activity in the market, 10 years in one of the country's most dynamic yet difficult markets. One special and very tasteful feature of the fair was the presentation of 120 years of



history of one of Europe's earliest brands ŠKODA, realized through an artistic installation. Thanks to cooperation with the Czech Embassy and the ŠKODA museum, Porsche Albania was able to be among the first to put on display this installation, which is expected to be displayed also in other European countries. Of great interest was also the speech by Czech Ambassador Ms. Bronislava Tomášová who shared facts and information about the ŠKODA brand, as part of best industry traditions in the Czech Republic.

Volkswagen, Audi, SEAT, ŠKODA and Volkswagen Commercial Vehicles, with the best sports or luxury vehicles were for four days under the spotlight and attention of visitors to the fair.

Dorian Mehmeti  
 Drejtor Marketingu / Marketing Director  
 Porsche Albania



Personat në foto nga e majta / People in the photo from left:

Z. Ladislav Lukács  
 Drejtori i Departamentit Tregtisë dhe Ekonomisë në Ambasadën Çeke / Head of Commercial and Economic Department,  
 Embassy of the Czech Republic

Sh.S/ H.E Bronislava Tomášová  
 Ambasadore e Republikës së Çekisë në Shqipëri / Ambassador of Czech Republic in Albania

Bledar Kozma  
 Drejtor ŠKODA / ŠKODA Brand Manager



# A new beginning



Që nga 1 Korriku 2015 Porsche Albania tregton me pakicë krahas ŠKODA, Audi, SEAT dhe Volkswagen Makina Tregtare, tashmë edhe Volkswagen makina pasagjerësh, markën më me peshë të grupit Volkswagen AG. Kjo risi vjen tek Porsche Albania pikërisht në vitin e dhjetë të saj në Shqipëri, duke zgjeruar më tej gamën e modeleve që ofrohen në tregun shqiptar.

Duke shprehur konsideratën për këtë markë prestigjioze, kompania e njohur me qendër në Salzburg të Austrisë ka hedhur një hap të sigurt drejt sukseseve të mëtejshme në tregun shqiptar të automobilizimit, duke ndërtuar një sallon të përmasave dhe standardeve të panjohura deri tani në Shqipëri. Aq më shumë kur bëhet fjalë për një investim të kryer në momentet më të vështira të tregut shqiptar të automjeteve të reja në dekadën e fundit.

Në një sipërfaqe prej rreth 360m<sup>2</sup>, në objektin e pozicionuar në kilometrin 7 të Autostradës Tiranë-Durrës, krahas modeleve të njohura si Golf, Passat, Polo, Jetta dhe Touareg, ekspozohen edhe modelet e vecanta Golf GTI, "street" up!, New Beetle "Design", etj.

Realisht jam krenar që së bashku me ekipin profesional të shitjeve, që do të jetë në shërbim të klientëve në çdo moment, edhe servisi i specializuar me gjithsej 6 ura dhe pajisjet e teknologjisë së fundit do të kontribuojnë në garantimin e cilësisë maksimale për përdoruesit e markës Volkswagen që do të na vizitojnë.

Krahas privilegjit për të qenë importues zyrtar i vetëm në Shqipëri, është njëkohësisht një sfidë dhe përgjegjësi e madhe për ne që ta rindërtojmë këtë "legjendë" të automobilizimit botëror drejt niveleve që meriton. Jam optimist që stafi ynë do të jetë në lartësinë e duhur dhe Volkswagen do të rikthehet në majën e tregut shqiptar të automjeteve të reja. Mbështetja e Porsche Holding, grupit më të madh të shitjes së automjeteve në Evropë, është një argument më shumë për mbërritur këtë objektiv.

Uroj të shihemi së shpejti

Armand Saliu  
Drejtor Marke Makina Pasagjerësh Volkswagen







From July 1, 2015, besides ŠKODA, Audi, SEAT and Volkswagen Commercial Vehicles, Porsche Albania now offers, to retail customers, also Volkswagen passenger vehicles, Volkswagen AG group's flagship brand. This novelty arrives at Porsche Albania precisely in its tenth year in Albania, further expanding the variety of models offered in the Albanian market.

Acknowledging consideration for this prestigious brand, the known company headquartered in Salzburg, Austria, has taken a sure step toward further successes in the Albanian automobile market by building a showroom of dimensions and standards unknown in Albania to date. This is especially the case when it is about an investment made in the Albanian new vehicle market's most difficult moments in the last decade.

A space of about 360m<sup>2</sup>, at our new premises at kilometer 7 in the Tiranë-Durrës Highway, boosts on displays besides known models such as Golf, Passat, Polo, Jetta and Touareg, special models such as Golf GTI, "street" up!, New Beetle "Design", and more.

I am really proud that together with the professional sales team, which will be at the service of clients at every moment, the specialized service facility with a total of 6 lifters and the latest technology equipment will contribute to guaranteeing maximal quality for the users of the Volkswagen brand that will visit us.

Besides the privilege to be the sole official importer to Albania, it is at the same time a great challenge and responsibility for us to take this "legend" of the world automobile industry to the levels it deserves. I am optimistic that our staff will be at the required level and that Volkswagen will return to the top of the Albanian new vehicle market. The support from Porsche Holding, Europe's largest automobile sales group, is one more strong argument to reach this objective.

I hope to see you soon,

Armand Saliu  
Volkswagen Passenger Cars Brand Manager



# Fast & Furious

Një vështrim në botën e egër të garave.  
A quick look at the world wild race.

## **Kupa Volkswagen Fun Belgjikë, 08.06.2015**

Ekipi Allure 2 fitoi të dy garat në aktivitetin e dytë të ' Volkswagen Fun Cup Belgium' në Zandvoort (NL). Makina e Frédéric Caprasse dhe Cédric Bollen kaluan vijën e finishit si fitues pas vetëm tri orësh dhe një fillimi të vështirë ku makina e sigurisë u detyrua të hyjë në pistë tri herë rradhazi. Ata fituan pozicionin e parë në garat kualifikuese. Makina AC Motorsport 1 e kaloi e dyta finishin me rreth 1:05 minuta, 8KS doli e treta.

## **Kupa Volkswagen Polo Rusia, 24.05.2015**

Në raundin e dytë të kupës Volkswagen Polo Rusi në Pushkinskiye Gori, Ilya Lotvinon nga Shën Petersburgu doli fitues pas gjashtë etapave me një total prej 82.13 kilometrash. Vendasi nga Shën Petersburgu Denis Rostloy e përfundoi garën i dyti ndërkohë që Yuriy Arshanskiy, i cili fitoi edhe garën e parë të sezonit në Moskë, doli i 3.

## **Kampionati i Rally-t të Afrikës së Jugut, 18.05.2015**

Një duet Volkswagen në podiumin e raundit të tretë të Kampionatit Rally-t të Afrikës së Jugut "Secunda Motor Rally" në Nelspruit. Gugulethu Zulu dhe Hilton Auffrey e mbaruan garën të tretët me Volkswagen Polo. Henk Lategan dhe Barry White kishin dalë të dytët në provincën Mpumalanga një ditë më parë.

Sportiviteti i markës zbrit në Shqipëri ku në Rally Albania 2016, Volkswagen do të shpalojë një numër modelesh të saj për një udhëtim mes fuqisë së markës dhe bukurisë së peisazhit Shqiptar. **Na ndiqni në vijim për më tepër informacion.**



#### **Volkswagen Fun Cup Belgium, 08.06.2015**

Allure Team 2 won both races in the second event of the Volkswagen Fun Cup Belgium in Zandvoort (NL). The car of Frédéric Caprasse and Cédric Bollen crossed the finish line as the winner after three hours and a turbulent start including three safety car phases. They secured pole position in qualifying. The car of AC Motorsport 1 finished second trailing by around 1:05 minutes, 8KS Corse Team finished third.

#### **Volkswagen Polo Cup Russia, 24.05.2015**

On the second Volkswagen Polo Cup Russia round of the season in Pushkinskiye Gori, Ilya Lotvinov from St. Petersburg claimed victory after six special stages with a total of 82.12 competitive kilometres. The St. Petersburg native Denis Rostilov finished second while Yuriy Arshanskiy, who had won the season opener in Moscow, finished in P3 overall.

#### **South African Rally Championship, 18.05.2015**

Two Volkswagen duos finished on the podium at the third round of the South African Rally Championship, the "Secunda Motor Rally" in Nelspruit. Gugulethu Zulu and Hilton Auffrey finished third in the Volkswagen Polo. Henk Lategan and Barry White had previously finished second in the province of Mpumalanga one day earlier.

The brand sporty character will be deployed in Albania in the upcoming Rally Albania 2016, where a number of Volkswagen models will join other participants in the beautiful Albanian landscapes. **Stay tuned for more information to follow!**

Nëse përjashtojmë ndonjë ndryshim fonetik dialektor të inxhinierëve Gjermanë, ky është emri që me shumë mundësi po dëgjohet më tepër në korridoret Audi në Inglostadt. Shtëpia Gjermane e markës me katër rrrathë ka tashmë një banor të ri.

325 kg është një vlerë e konsiderueshme. Është afërsisht pesha e 3 elefantëve të vegjël apo e shprehur ndryshe pasha, te cilën inxhinierët e Audit kanë reduktuar tek modeli i ri Q7. Pas gati 9 vitesh historie të suksesshme, Audi Q7 rikthehet në formatin e një SUV-i të madh dhe mjaft të avancuar. Modeli i ri, megjithëse ruan karakterin e paraardhësit të tij, është i mbushur me risi. Dizajni i përparmë dominohet nga një grilë heksagonale 3-dimensionale, element që përbën një nga tiparet dalluese të gjeneratës së re të Audi-t. Fenerët LED shkrihen me grilën. Megjithëse me gjatësi 5.05 m dhe gjerësi 1.97 m (37 mm më e shkurtër dhe 15 mm më e ngushtë se modeli i vjetër), Audi premtan një kabinë më të gjerë dhe 23 mm më të lartë. Për më shumë hapësirë ofrohet një radhë e tretë sediljesh të palosshme. Hapësira e bagazhit me të gjitha sediljet e palosura arrin vëllimin e 2,075 litra. Përveç reduktimit të ndjeshëm të peshës, inxhinierët kanë përmirësuar dhe aerodinamikën e makinës, e cila nga 0.37 cW është bërë 0.32 cW.

Pamja anësore e Q7 vijon lojën e këndeve dhe sipërfaqeve. Linjat që nisin nga grila, vazhdojnë në gjithë gjatësinë, duke krijuar një kontur të mprehtë anësor, i cili kombinohet më së miri me sipërfaqet muskuloze rreth rotave.

Pasqyrat e jashtme, të mbështetura në pjesën e sipërme të derës, theksojnë karakterin sportiv dhe krijojnë hapësirë për një trekëndësh të vogël në dritaren e shoferit. Dyerit me gjatësinë e tyre mbulojnë pjesën fundore të makinës. Pranë fundit ato dekorohen nga një shirit i trashë alumini me logon quattro. Pjesa e pasme e makinës dominohet nga linja horizontale të cilat theksojnë gjerësinë e modelit të ri.

Pamja e jashtme dominohet nga fenerët, dizajni skulptural i të cilëve krijon një impresion të thellë. Dritat e ditës dhe sinjalet e pasme me ndriçimin e tyre të hollë dhe unik pasurojnë karakterin unik të ndriçimit brenda familjes së audit.

Brendësia e këtij modeli të jep ndjesinë e hapësirës dhe elegancës së një salloni modern. Arkitektura e mirëpërcaktuar dhe konceptimi logjik i vendosjes së elementëve ndërveprojnë në mënyrë perfekte. Të gjitha linjat kanë një orientim horizontal. Si një sedan luksi, brendësia vjen në dy pjesë të përbëra nga materiale të ndryshme duke krijuar në këtë mënyrë një kontrast të qartë.

Kroskoti është i orientuar si një njësi kontrolli. Në pjesën e majtë gjenden elementët teknike si leva e ndryshimit të marsheve tipronic dhe sistemi opsional MMI 'all-touch', ndërkohë që në krahun e djathtë ndodhet zona e komfortit me mbajtëset e gotës dhe kontrollin e

volumit.

Sistemi LED Matrix e shpërndan dritën e tij nëpërmjet 15 diodave individuale, të bashkuara në 3 reflektorë. Një kamera në pasqyrën e brendshme analizon situatën e trafikut. Sipas këtij informacioni, drita e diodave automatikisht përshtatet duke u ndezur dhe fikur në 64 kombinacione të ndryshme. Ky sistem kompleks siguron një ndriçim të jashtëzakonshëm të rrugës duke shmangur verbimin e trafikut përballë. Sistemi Matrix LED përfshin drita kthese inteligjente si dhe sinjale të pasme dinamike.

Audi Q7 vendos standarde të reja edhe për sa i përket konceptit të operimit, informacionit dhe ndërlidhjes. Platforma e gjeneratës së dytë ofrohet edhe si opcion i një kroskoti virtual. Sistemi i ri MMiAll - in - touch bën gjithçka më të thjeshtë dhe më intuitive. Një tjetër risi është integrimi i smartfonit Google Android Auto dhe Apple Car Play si dhe sistemi audio 3D.

Asnjë model në këtë segment nuk ofron më shumë sisteme asistence për shoferin. Këtu mund të përmendet Adaptive Cruise Control që përfshin asistentin për shmangien e trafikut të rënduar, asistentin e parashikimit të efektshmërisë në guidë, Asistentin e parkimit autonom me rimorkio, etj.

Sistemi i amortizimit Adaptiv me ajër në autostradë mund të ulët deri në 30mm, ndërsa në terren të thyer mund të ngrihet deri në 60mm nga niveli mesatar.

Modeli i ri Q7 përveç sistemit të drejtimit elektromekanik ofron si opcion dhe lëvizjen e 4 rrotave të pasme në kthesë "All-wheel-steering". Falë këtij sistemi rrotat e pasme kthehen deri në 5 grade duke rritur stabilitetin e mjetit.

Motori i fuqishëm, i kombinuar me amortizimin adaptiv me ajër dhe karrocerinë e lehtë, e bën Q7 e re, SUV-in më dinamik në treg. Deri para pak vitesh parametrat teknike të këtij modeli do të përmbushnin pritshmëritë e çdo veture sportive. Motori 3.0 TDI (272 kf) akseleron 0-100 km/h në 6.3 sekonda, duke arritur shpejtësinë maksimale prej 234km/h. Konsumi mesatar i tij është 5.7 l/100km, me një emetim CO2 prej vetëm 149 g/km. Varianti 3.0 TFSI gjeneron 333kf me një akselerim 0-100 km/h 6.1 sec. dhe me shpejtësi maksimale 250 km/h. Konsumi mesatar i tij është 7.7 l/100km, me një emetim CO2 prej vetëm 179 g/km.

Testet në kushtet më ekstreme të motit kanë përfunduar, tashmë mbetet testi më i rëndësishëm, prova juaj. Për përshtypjet nga ky model ju mirëpresim në sallonin tonë të ri Audi në Tiranë.





## Audi i ri Q7

Në makinë ka internet. Ka sistem multimedia në sediljet e pasme. Ka audio 3D. Ka një fuqi përpunuese të dhënash elektronike të krahasueshme me një anie kozmike. Ka një sitem elegant 'kroskoti virtual' të prezantuar më parë tek Audi TT. Ka madje edhe kontroll zanor që kupton pak a shumë gjithëçka i thua (jo thjesht komanda të kufizuara).

*There is internet on board. There is rear seat entertainment. There is 3D sound. There is computing power rivaling Interstellar's 'Endurance' space ship. There's the rather natty 'virtual cockpit' first seen in the new Audi TT. There's even speech control that understands pretty much whatever you tell it (not just predefined commands).*



# Kthesa

## The turning point

SEAT po paraqet një perspektivë të qartë për të ardhmen e markës. Makina e ekspozimit SEAT 20V20 është vizioni i një fuoristrade jashtë mase sportive dhe të fuqishme. Ky automjet atletik dhe muskuloz shënon një zhvillim sistematik të gjuhës së dizajnit të markës spanjolle. Në këtë klasë automjeti, 20V20 ripërkufizon kuptimin e përdorimit sportive sepse argëtimi gjatë drejtimit të makinës thjesht nuk mund të duket më mirë se kaq dhe praktikiteti nuk mund të jetë më sportiv.

SEAT 20V20 (që nënkupton "veinte vision veinte," spanjisht për 20:20) kombinon siluetën dinamike të një kupeje sportive me katër dyer me finiturën e një fuoristrade dhe zhdërvjelltësinë dhe praktikitetin e një mjetei me portobagazh me madhësi mesatare.

"20V20 është një emblemë e re për markën SEAT," thotë Jürgen Stackmann, Kryetar dhe CEO i SEAT S.A. "Me 20V20, po demonstrojmë se si do ta zhvillojmë gjuhën unike dhe shumë të suksesshme të dizajnit të SEAT për modelet e ardhshme. Dizajni është tashmë një prej arsyeve më të rëndësishme pse blihet një SEAT dhe ne synojmë të mbështetemi tek kjo pikë e fortë së bashku me teknologjinë. Shumë prej hollësive të 20V20 do të duken në modelet e ardhshme të prodhimit. E rëndësishme është fakti që tani po aplikojmë formulën fituese Leon për të gjithë gamën e automjeteve dhe patjetër që do të jetë formula fituese e SEAT për të ardhmen."

Dizajni – mbushur me tension, e ndjeshme, e fuqishme  
"Barcelona është shtëpia jonë por edhe frymëzimi ynë. Kthjelltësia e dritës ndihmon për kthjelltësinë e ideve. Jemi perfeksionistë plot pasion dhe këtë po e tregojmë me këtë ekspozim," thotë Alejandro Mesonero-Romanos, kreu i Dizajnit të SEAT. "20V20 jonë ka një pamje të qartë, mbushur me vull. Zotëron tension fenomenal dhe një thellësi të madhe ndjeshmërie."

SEAT po ndërmerr një hap madhor drejt së ardhmes me vizionin 2020 – duke vazhduar kështu në rrugën e qartë të zhvillimit. Makina e ekspozimit e ka origjinën nga një imazh i dallueshëm dhe unik i markës – SEAT është perfeksionist në kërkesa dhe plot pasion në shprehje. 20V20 i mishëron të dyja këto, tek precizioni me të cilin është menduar logjikisht dhe është ekzekutuar në mënyrë fine çdo linjë, si dhe tek emocionet që i shkakton kujtëdo që e sheh.

» SEAT unveils its 20V20 showcar to the Spanish public, SEAT is presenting a clear perspective on the future of the brand. The SEAT 20V20 showcar is the vision of an extremely sporty and powerful SUV. This athletic and muscular vehicle marks a systematic development of the Spanish brand's highly praised design language. The 20V20 redefines the meaning of sports-utility in this vehicle class, because driving fun simply cannot look any better and utility simply cannot be any sportier.

The SEAT 20V20 (meaning "vision veinte veinte", Spanish for 20:20) combines the dynamic silhouette of a four-door sports coupé with the refinement of an SUV and the versatility and utility of a mid-size estate car.

"The 20V20 is a new calling card for the SEAT brand," says Jürgen Stackmann, Chairman and CEO of SEAT S.A. "With the 20V20, we are demonstrating how we will develop the unique and highly successful SEAT design language for forthcoming models. Design is already one of the most important reasons for buying a SEAT and we intend to build on this strength, along with technology. Many details of the 20V20 will be evident in future production models. Also important is the fact that we are now applying the winning Leon formula to the entire range and for sure it will be the winning SEAT formula for the future".

The Design – full of tension, sensual, powerful  
"Barcelona is our home and our inspiration. The clarity of the light helps with the clarity of the ideas. We are passionate perfectionists and we are showing that here with this showcar," says Alejandro Mesonero-Romanos, Head of SEAT Design. "Our 20V20 has a clear look, with powerful forward momentum. It possesses phenomenal tension and great depth of sensuality."

SEAT is taking a major step into the future with this 2020 vision – thus continuing its clear development path. This showcar originates from a distinct and unique brand image – SEAT is perfectionist in its demands and passionate in its expression. The 20V20 embodies both, in the precision with which every single line is logically thought out and finely executed, and in the excitement it inspires in the beholder.



Drive with us



Audi krijon naftë nga ajri dhe uji – dhe 'karburanti i tij i të ardhmes' tashmë ushqen makinën që drejton një ministër gjerman. Audi ka krijuar naftën e ashtuquajtur 'të gjelbër' që nxirret duke përdorur një kombinim të ujit dhe dioksidit të karbonit. Ekspertët përdorën energjinë e rinovueshme për të shndërruar dioksidin e karbonit dhe ujin në një formë naftë bruto të njohur si 'bruto blu,' e cila më pas rafinohej në naftë. Provat kanë treguar se mund të përzihet me naftën nga lëndët djegëse fosile, ose të përdoren si karburant më vete.

'Përdorimi i dioksidit të karbonit si lëndë e parë përfaqëson një mundësi jo vetëm për industrinë e makinave në Gjermani, por edhe për përcjelljen e parimit në sektorë dhe vende të tjera.' Karburanti i ri u zhvillua nga Audi së bashku me Sunfire, një kompani e teknologjisë së energjisë me qendër në Dresden. Për të krijuar karburantin, në fillim uji ngrohet për të krijuar avull, i cili më pas ndahet në përbërësit hidrogjen dhe oksigjen duke përdorur elektrolizën me temperaturë të lartë. Duke kryer këtë proces në temperaturë mbi 800°C (1,472°F), uji ndahet me efikasitet më të madhe se sa në temperaturën e dhomës. Më pas, hidrogjeni pompohet në një reaktor me dioksid karboni në trysni të lartë dhe temperatura të larta. Kjo i bën të reagojnë për të prodhuar hidrokarbure të lëngshme zinxhir. Hidrokarburet janë themeli i të gjitha lëndëve djegëse fosile por përbërësit e prodhuar në reaktor njihen si 'bruto blu.'

Audi shtoi se karburanti sintetik nuk përmban sulfur ose unaza hidrokarburesh – të njohura si hidrokarbure aromatike – të cilat gjenden në naftën bruto dhe mund të krijojnë ndotje shtesë.

Christian von Olshausen, shef teknologjie tek

Sunfire, tha se karburanti ishte shumë i djegshëm dhe shkaktonte më pak ndotje se sa nafta tradicionale. Fjalët e tij ishin, 'Motori punon më qetë dhe krijohet më pak ndotës.' Një uzinë e posaçme përpunimi është ndërtuar në Dresden Reick dhe pritet të prodhojë 3,000 litra e-naftë në muajt që vijnë. Dioksidi i karbonit aktualisht furnizohet nga një pikë biogazi si nënprodukt. Audi tha se nxjerr edhe dioksid karboni nga ajri i mjedisit duke përdorur 'kapjen e drejtpërdrejtë të ajrit.'

Duke kapur çlirimet nga uzinat e energjisë dhe duke e larguar atë nga ajri, Audi thotë se karburanti i tij i rim und të përdoret pa shtuar barrën e gazit në atmosferë.

Projekti është përpjekja më e fundit nga Audi për të prodhuar karburante më miqësore ndaj mjedisit për makinat e veta.

» Audi creates DIESEL from air and water – and its 'fuel of the future' is already powering a car driven by a German minister

Audi has created a so-called 'green' diesel fuel made using a combination of water and carbon dioxide. Experts used renewable energy to convert carbon dioxide and water into a form of crude oil known as 'blue crude', which was then refined into diesel. Tests have shown it can be mixed with diesel from fossil fuels, or used as a fuel in its own right.

'Using carbon dioxide as a raw material represents an opportunity not just for the automotive industry in Germany, but also to transfer the principle to other sectors and countries.' The new fuel was developed by Audi along with Sunfire, a Dresden-based energy technology company. To make the fuel, water is first heated to form steam, which

is then broken down into its constituent hydrogen and oxygen using high-temperature electrolysis. By performing this process at temperatures above 800°C (1,472°F), the water breaks down with greater efficiency than at room temperature. The hydrogen is then pumped into a reactor with carbon dioxide at high pressure and high temperatures. This causes them to react to produce long-chained liquid hydrocarbons. Hydrocarbons are the basic building block of all fossil fuels but the compounds produced in the reactor are known as 'blue crude'.

Audi added that the synthetic fuel does not contain sulphur or hydrocarbon rings – known as aromatic hydrocarbons – which are found in crude oil and can create additional pollution.

Christian von Olshausen, chief technology officer at Sunfire, said the fuel was highly combustible and produced less pollution than traditional diesel. He said: 'The engine runs quieter and fewer pollutants are being created.' A special processing plant has been built in Dresden Reick and is set to produce 3,000 litres of e-diesel in the coming months. The carbon dioxide is currently supplied by a biogas facility as a byproduct. Audi said it also extracts carbon dioxide from the ambient air using 'direct air capturing'.

By capturing emissions from power plants and removing it from the air, Audi says its new fuel can be used without adding to the burden of gas in the atmosphere.

The project is the latest attempt by Audi to produce more environmentally friendly fuels for its vehicles.







## Shiko taksitë Look at the cabs

Si personi ndërmjetës ndërmjet klientit dhe makinës më qëllon shpesh të më pyesin sa e qëndrueshme është një makinë e caktuar. Deri dje, përgjigja ishte e gjatë dhe mbushur me argumente teknike mbi tiparet e atij modeli. Por, sot puna më është thjeshtësuar. Mjafton disa „kundër-pyetje“ që klientët të arrijnë vetë në përfundim. Prej disa kohësh tashmë u kërkoj klientëve të më thonë cilët janë ata që janë më të ndjeshëm për: qëndrueshmërinë e makinës, kostot e ulëta të mirëmbajtjes, komoditetin, sigurinë, konsumin? Pas një pauze të shkurtër pothuajse të gjithë thonë: „taksistët“.

Nëse për shumicën prej nesh makina është një mjet që na çon në punë, për taksistët puna e tyre është e lidhur me vetë mjetin. Shoferë që shpenzojnë 8 deri në 12 orë në ditë ulur pas timonit të makinës, taksistët janë teknikët më të mirë që mund t'ju flasin për orë të tëra edhe për detajet më të vogla të makinës.

Prej disa kohësh ŠKODA është marka më e përdorur në tregun taksi në Shqipëri. Me mbi 70% të kompanive të taksive në vend ŠKODA krenohet me mjetet ngjyrë të verdhë që i shtojnë ngjyra trafikut (jo rrallëherë të rënduar

të metropolit Shqiptar). Emrat (kompanitë e taksive) i kanë të ndryshëm: Speed Taxi, Merr Taxi, Friends Taxi, Ora Taxi etj., markën që kanë zgjedhur t'i besojnë biznesin e tyre, të njëjtë.

Nëse dita juaj është e ngarkuar, për të provuar një nga këto modele në sallonet tona, telefononi kompaninë tuaj të besuar të taksive dhe shijoni udhëtimin me ŠKODA.

» As a mediating person between the client and the car, I am often asked how stable a certain vehicle is. Until recently, my response was long and filled with technical arguments about the features of that model. Now, things are much simpler. All I have to do is ask some 'counter-questions' for customers to reach conclusions themselves. For some time now, I ask my clients to tell me which vehicle users are most sensitive to: vehicle stability, low maintenance costs, comfort, safety, consumption? After a short pause, almost all respond 'cab drivers.'

While for most of us the car is a mean of transport that takes us to work, for cab drivers work is closely linked with the vehicle itself. Drivers who spend 8 to 12 hours a day behind the steering wheel, cab drivers are the best technicians who can talk to you for hours even about the most minor details of the car.

For some time now, ŠKODA is the most used vehicle in the taxi market in Albania. With over 70% of cab companies in the country, ŠKODA takes pride in the yellow vehicles that add color to the often heavy traffic of the Albanian metropol. The names (of taxi companies) vary: Speed Taxi, Merr Taxi, Friends Taxi, Ora Taxi etc., but the brand they have entrusted for their business is the same.

If your day is too busy to test one of these models in our showrooms, call your trusted taxi company and enjoy a drive with ŠKODA.

Bledar Kozma  
ŠKODA Brand Manager  
Porsche Albania

# T6 Volkswagen Transporter i Ri

## T6 The new Volkswagen Transporter



Me shfaqjen e gjuhës më të fundit të dizenjës VW me grilën dhe fenerët kryesorë në të gjithë gjerësinë e makinës që nuk do dukeshin pa vend në një autoveturë VW, Transporter-i më i fundit thuhet se i ngjan më shumë se kurrë një veturë. Modelet me veçoritë më të mira mund të specifikohen me fenerë kryesorë dhe drita dite plotësisht LED në anën e jashtme, plus një seri veçorish sigurie që gjenden tashmë edhe në të tjera modele VW. Në ofertë janë Sistemi i Njoftimit të Shoferit që dallon nëse je i lodhur, një sistem frenimi pas përplasjes, kontrolli përshtatës i lëvizjes, si dhe veçori të tjera të dobishme si dera elektrike e bagazhit dhe kamera që tregon pamjen pas makinës.

Sporting the latest VW design language with a full width grille and headlights that wouldn't look out of place on a VW passenger car, the latest Transporter is said to be more car-like than ever. Higher-spec models can be specified with full LED headlamps and daytime running lights on the exterior, plus a host of safety and security features already found elsewhere in the VW range. For example a Driver Alert System that detects if you are tired, a post-collision braking system, adaptive cruise control, and useful features like an electric tailgate and reversing camera are all on offer.



### VW Caravelle

Në brendësi, kushdo që i njihet makinat më të fundit të Volkswagen do ndihet si në shtëpi. Ndërtuar me materiale speciale në modelet më të larta të Caravelle dhe me sisteme info-argëtimi nxjerrë nga simotrat e Polo, Golf dhe Passat, Transporter i ri ndihet pikërisht si veturë pasagjerësh VW por që është rritur.

### VW Caravelle

Inside, anyone familiar with Volkswagen's latest cars will feel at home. With plush materials on higher-spec Caravelle models and infotainment systems lifted straight from the likes of the Polo, Golf and Passat, the new Transporter feels just like an overgrown VW passenger car.



### VW Transporter - në brendësi

Do të jenë në dispozicion edhe versioni me gjatësi më të madhe mes rrotave por edhe ai me tavan më të lartë. Dera rrëshqitëse e pasagjerit është standard, ndërsa dera rrëshqitëse tek shoferi do ofrohet si opsion. Përsa i përket kapacitetit, zona e ngarkesës variojnë nga 4.3m<sup>3</sup> në 5.8m<sup>3</sup> vëllim ngarkese në varësi të modelit të zgjedhur.

### VW Transporter - interior

A long wheelbase version will be available as will a high roof derivative. A passenger side sliding door comes as standard, with a driver's side sliding door available as an option. In terms of carrying capacity, the panel van cargo area ranges in size from 4.3m<sup>3</sup> to 5.8m<sup>3</sup> load volumes depending on the model chosen.

# Volkswagen Caddy i ri i 2015

## New 2015 Volkswagen Caddy



Caddy i ri është ndërtuar mbi bazën e suksesit të modelit të gjeneratës së tretë, i cili ka shitur mbi 1.5 milionë njësi në jetëgjatësinë e tij njëmbëdhjetë-vjeçare. Për pasojë, ndryshimet në anën e jashtme janë të buta, me fenerë të përpamë dhe drita të pasme të reja, parakolp dhe prapakolp të rishikuar, një derë bagazhi të ridizenjuar dhe panele të reja fine anash. Modeli për transport pasagjerësh ofron edhe xhama me ngjyrë.

The new Caddy is built on the success of the third-generation model, which has sold over 1.5 million units in its eleven year lifespan. Therefore exterior changes are mild, with new head and tail lights, revised bumpers front and rear, a redesigned tailgate and new smooth side panels. The passenger carrying model also gets tinted rear windows.

### Volkswagen Caddy - pjesa e pasme

Një game e re teknologjie sigurie do të jetë si mundësi për here të parë, përfshirë sistemin e njohur të monitorimit Front Assist me Frenimin e Emergjencës në Qytet. Kjo veçori aplikon automatikisht frenimin nëse pikas një përplasje të afërt me shpejtësi të ngadaltë.

Mund të dallojë edhe pengesa të tjera pas një përplasjeje me shpejtësi të lartë dhe të vazhdojë aplikimin e frenimit.

### Volkswagen Caddy van - rear

A range of new safety technology will be optional for the first time, including the familiar Front Assist monitoring system with City Emergency Braking. This feature automatically applies the brakes if it detects an imminent low-speed collision. It can also detect other obstacles after a high-speed crash and continue applying the brakes.



### Volkswagen Caddy - në brendësi

Në brendësi, ndryshimet janë më të dallueshme, me një korskot të ri, kambio të modernizuar të marrë hua nga modelet VW të pasagjerëve që janë më të shtrenjta dhe me materiale më të mira. Dallohet edhe timoni me fund të drejtë (jo rrethor), i cili diku rezervohet për modelet e larta të Grupit VW. Në dispozicion janë edhe sisteme të reja informim-argëtimi dhe navigimi.

### Volkswagen Caddy van - interior

Inside, the changes are more noticeable, with a new dashboard, updated switchgear borrowed from more expensive VW passenger car models and classier materials. A flat-bottomed steering wheel, once the preserve of high-performance VW Group models, also features. There are new infotainment and navigations systems available too.



Shkëputur nga Auto Express  
Excerpt from Auto Express



Koncepti i Menaxhimit të Flotës ofron mundësi më të mira për kompanitë që posedojnë një numër të konsiderueshëm të automjeteve në flotën e tyre. Aplikimi i këtij koncepti, do të jetë kosto-efektiv dhe është zgjidhja e duhur e menaxhimit të kompanive, për t'i besuar kujdesin e flotës së tyre stafit të profesionistëve.

• Koncepti "Menaxhimit të Flotës" realizohet duke u bazuar në Marrëveshjen e Mirëmbajtjes, e cila mund të aplikohet në kosto fikse ose kostot e ndryshueshme, për periudhën e marrëveshjes, duke përfshirë:

• Shërbimin standart periodik sipas manualit të prodhuesit për të gjitha llojet e riparimit (përveç rasteve në garanci që janë të rimbursuara nga fabrika, dëmet gjatë aksidenteve, dëmet për shkak të fatkeqësive natyrore, forcave madhore, ose të tjera të cilat janë të mbuluara nga sigurimi me Kasko);

• Periudhën e mirëmbajtjes dhe kilometrazhin vjetor sipas dëshirës të klientit;  
 • Mirëmbajtje dhe servis sipas specifikave të prodhuesit të mjetit;  
 • Riparimin e automjetit për shkak të shfrytëzimit, duke përfshirë zëvendësimin e pjesëve të këmbimit të kërkua;  
 • Zëvendësimi dhe ruajtjen e gomave të dimrit dhe verës (siç është rënë dakord);  
 • Pagesa nëpërmjet transaksioneve bankare;  
 • Llogaritja e detajuar e kostove të riparimit.

#### Përfitimet

Mirëmbajtja nëpërmjet "Menaxhimit të Flotës" ofron shumë përfitime :

• Mirëmbajtjen optimale të automjeteve nga

aspekti teknik dhe ekonomik;

• Planifikimi i thjeshtë, i qartë, i lehtë duke evidentuar edhe shpërndarjen paraprake të kostove  
 • Kosto më të ulët të mirëmbajtjes dhe riparimit;  
 • Fatura të detajuara të shërbimeve;  
 • Kontroll i detajuar dhe raporte të sakta për klientin  
 • Motivimin e punonjësve të përdorin automjetet e kompanisë;

Eksperienca e Grupit Porsche, në fushën e menaxhimit të flotës, garanton transparencën e shpenzimeve të flotës në tërësi, por edhe për çdo automjet në vecanti. Menaxhimi i kostove të Flotes tuaj, në këtë mënyrë, është një proces i përlogatur saktësisht.

Kur ju i besoni Menaxhimin e Flotes stafit të profesionistëve, ju do të rritni efikasitetin duke qene se: Fokusi i të gjitha aktiviteteve është në kryerjen e veprimtarisë primare të kompanisë;

Si ju mund të arrini dhe të kryeni me efikasitet lëvizshmërinë e mjeteve tuaja; Dhe si pasoje e këtij përmirësimi, përmirësoni likuiditetin e kompanisë në tërësi.

• Kostot dhe rreziqet janë në rënie, ndërsa efikasiteti është në rritje - kompania juaj rrit të ardhurat, me fleksibilitet më të madh.

• Bazuar në keto principe, në këtë periudhë 2 vjeçare të aktivitetit të Grupit Financiar të Porsche në Shqipëri, ne vlerësojmë mbështetjen e klientëve tanë, të cilët me zgjedhjen e tyre, na kane besuar Menaxhimin e Flotave.

Ne i falënderojmë dhe u jemi mirënjohës, duke ju konfirmuar, që jemi gjithmonë të angazhuar, në sjelljen e eksperiencës më të

mire të Gupit Porsche!

Sezon të mbarë veror, për sa më shumë energji pozitive dhe risi që Grupi ynë do të sjellë, në gjysmën e dytë të vitit!

Marjola Gurma

Drejtoreshë e Grupit Financiar Porsche në Shqipëri

» Car fleet management is a complex task. Legal entities possessing a number of cars in their car fleet will find it easier and more cost-effective to entrust the care of their fleets to professionals whose job it is.

The Fleet Management concept is realised by entering into a Maintenance Agreement. The Maintenance Agreement can be based on fixed, calculated, or variable costs and includes the following:

• Service specified by the manufacturer and any kinds of repair (except cases under warranty that are refunded by the factory and a loss event - an accident, damage due to natural disaster, force majeure, etc., which is covered by the all-risk Casco insurance);

• The maintenance period and annual mileage according to a customer's wish;  
 • Maintenance and servicing according to the vehicle manufacturer's specifications;  
 • Repair of vehicles due to exploitation including replacement of required spare parts;  
 • Replacement and storage of winter and summer tires (as agreed);  
 • Cashless payment;  
 • Detailed calculation of the repair costs.

#### Benefits

The Fleet Management concept offers multiple benefits to its users such as:

• Optimal maintenance of vehicles from an economical and technical aspect;  
 • Simple, clear, and easy planning and even



distribution of costs in advance;

- Lower costs of maintenance and repair;
- Motivation of employees to use company vehicles;
- Detailed control of service invoices;
- Clear check of the car fleets, detailed control and precise reports as per customer.

Companies that are able to offer the Fleet Management concept also provide to their customers individual solutions in line with the latter's needs. The purpose of individual solutions is the optimisation of costs, improvement of efficiency and liquidity, and the lowering of risk. The Fleet Management concept provides the best solutions for the company in the area of car fleet management.

Porsche Group's know-how in the field of fleet management guarantees transparency of fleet costs, as well as of each individual vehicle. Your fleet becomes a job with precise calculation.

When you entrust fleet management to professionals, you will increase efficiency:

- As the focus of all activities is on performing the primary activity of the company;
- As you can achieve more efficient mobility;
- As this improvement improves the liquidity of the whole company.

The costs and risks are falling, while efficiency is increasing – your company makes profit through greater flexibility.

Based on those principles, during last 2 years, we have ganged our client trust, choosing us for their Fleet Management.

We are appreciate and are grateful to our clients, and it will be our obligation to bring the best experience of the Porsche Group in automotive market!

We wish you to enjoy summer season, for as much positive energy and innovation that our Group will provide in the second half of the year!

**Marjola Gurma**

Head of Porsche Finance Group Albania

# Koncepti i menaxhimit të flotave

## Fleet management concept

**Eksperiencia e Grupit Porsche, në fushën e menaxhimit të flotës**

# Tregu i makinave të reja

## New car market

Të ushtrosh biznesin e shitjes dhe servisit të makinave të reja është një gjë e bukur. Është një punë pasionante, një punë e dobishme, një punë profesionale. Është një mundësi që të jepet për të qenë partner i shtëpive të mirënjohura automobilistike në botë. Dhe për më tepër, ky partneritet të mundëson njësimin e mentalitetit e praktikave të punës, konform partnerit tënd, çfarëdo qoftë ai: gjerman, japonez, korean, italian etj. E thënë shkurt, është një punë që ia vlen. Mirëpo në Shqipëri rezultoi edhe tejte e vështirë dhe aspak inkurajues si biznes. Dhe ky është një përfundim që buron nga aktualiteti që po përjetojnë ata që quhen konçensionarë të makinave të reja. Deri përpara 3 viteve, të 15 përfaqësitë ligjore ishin stabilizuar në një total shitjesh prej 3400-3500 makina në vit. Nuk ishte një shifër tejet impresionuese, por krahasuar me tani duket një shifër që ia vlen të lakmohet si objektivi i ardhshëm. Sepse tre-katër vitet e fundit shitjet kanë rënë në afro 1500 makina në vit në total. Ndërkohë, sens të kundërt kanë përjetuar makinat e përdorura. Nga afro 12-14 mijë makina që ishte "salduar" importi i tyre para tre viteve, tashmë ato kanë kapërcyer shifrën e 40 mijë autoveturave në vit. Ky ndryshim u bë i mundur edhe në saj të heqjes së taksës së importit të automjeteve të përdorura (nën ndikimin e BE-së) si një element i një politike kushtëzuese dhe modifikimit të saj, duke e shtrirë për të gjitha llojet e makinave. Kështu, nëse prej taksës së importit të automjeteve të përdorura, shteti arkëtonte rreth 25 milionë euro në vit, por që të gjithë këtë vlerë e paguanin automjetet e importuara, me ndryshimet e bëra, qeveria e mëparshme e 4-fishi fitimin e saj. Veçse ky fitim tashmë sigurohej prej të gjitha mjeteve në qarkullim. Kurse përpara zgjedhjeve të qershorit 2014, qeveria e kaluar ndërmori një hap tjetër duke e përgjysmuar taksën që duhej paguar.

Në një situatë aspak inkurajuese paraqitet sektori i shitjes së makinave të reja nëse shikon rezultatet ekonomiko-financiare të kompanive ose e thënë ndryshe fitimin dhe normën e rentabilitetit të tyre. Të gjitha konçensionaret së bashku kanë realizuar një xhiro biznesi në total për vitin 2014 prej afro 40 milionë euro me një fitim në total prej afro 1.5 milionë euro. Në gjirin e konçensionareve të makinave të reja ka subjekte që janë me humbje, ka subjekte që kanë fituar "qindarka", ashtu sikurse ka subjekte që kanë fituar në mënyrë të arsyeshme e të kënaqshme. Megjithatë 3 kompani paraqiten relativisht mirë, e përgjithshëmja e këtij grupi biznesi pra nuk është e tillë. Dhe kur njihesh me një situatë të tillë, atëherë natyrshëm lind pyetja: çfarë e pengon këtë biznes të zhvillohet më

tepër? Cilat mund të jenë disa nga zgjidhjet racionale që mund t'i japin pak "frymë" atij? Çfarë reforme mund dhe duhet të ndërmerret që makinat e reja të fillojnë të "lëvizin" sërish? Nëse situata është kjo që është, janë faktorë objektivë dhe subjektivë ato që e kanë bërë të mundur atë. Por ndërsa reduktimi i faktorëve objektivë, sikurse është rritja e fuqisë blerëse të popullsisë është një sfidë e ardhme për qeverinë, për momentin është e mundur që të ndërmerren disa hapa konkretë që do të mund ta çlironin biznesin e makinave të reja nga "gropa" ku ka rënë.

Shoqata e Distributorëve të Makinave të Reja ka punuar sipas një filozofie të tillë ku janë gërshetuar objektiva të rëndësishëm me mbikqyerjen e vazhdueshme të realitetit, me qëllim eliminimin e barrierave që improvizohen me apo pa dashje. Është për tu theksuar se pas riorganizimit të kësaj Shoqate dhe drejtimit të saj nga dy bashkëkryetarë, konkretisht, z. Gentian Bushati dhe z. Artan Qesko, orientimi për problematikën është shumë më i qartë. E po ashtu edhe adresimi i saj në institucionet përkatëse bëhet me më shumë kompetencë e seriozitet. Një shembull i mirë nga arrijtet e kësaj shoqate është edhe dialogu i vendosur me Ministrinë e Infrastrukturës dhe Transportit i cili i dha zgjidhje problemit të bllokimit të regjistrimit të mjeteve në bazë dokumenteve të siguruar nga konçensionaret.

Ndërkohë, të bindur se tregu i makinave të përdorura është tërësisht informal dhe se e konkurron tregun e Distributorëve Ligjorë të Makinave të Reja, në një segment të tij, pikërisht nga ky fakt, Shoqata ka ngritur problematikën dhe e ka negociuar atë me Ministrinë e Financave. Konkretisht, aty janë parashtruar disa kërkesa, sikundër janë, futja nën ombrellën fiskale të tregut të makinave të përdorura, njohja e amortizimit moral të automjeteve të reja që nuk arrihet të shitet brenda një periudhe të caktuar, e që kompanitë preferojnë ta shesin me çmim të reduktuar. Mirëpo kjo ka sjellë deri më tani një lloj kontradikte me tatimet të cilat e konsiderojnë këtë shkelje dhe e penalizojnë. Sa i takon kërkesës së parë, sipas një drafti që Ministria e Financave ka dërguar në Qeveri për aprovim, është vendosur që së pari: çdo qytetar të mos ketë të drejtë të importojë më shumë se dy makina në vit dhe së dyti, çdokush që merret me shitje makinash duhet të jetë i regjistruar në Qendrën Kombëtare të Regjistrimit. Edhe kërkesa e dytë është konsideruar e arsyeshme, por zgjidhja e saj mbetet akoma objekt negociimi, pasi në mes është çështja e rimbursimit të TVSH në favor

të konçensionarëve për diferencën e çmimit.

Shoqata e ka ngritur zërin në mënyrë të vazhdueshme edhe për formulimin e politikave që do t'i jepnin një impuls të ri këtij biznesi, sikurse janë propozimet tona për zgjerimin e makinave me TVSH të rimbursueshme apo forcimin e koeficienteve, me anë të së cilave përlogariten taksat që duhet të paguajnë automjetet.

Por çdo përpjekje sado pozitive të jetë për konçensionarët nëse nuk përkthehet në përfitime të prekshme për individët do ishte e parëndësishme dhe e mangët. Të gjitha nismat tona si shoqatë sjellin përfitime për klientët e këtij tregu por edhe Shqipërinë në përgjithësi. Të velur nga situata ku humbja e jetës të pasagjerëve është thjesht çështje kronikash televizive, ku ndotja e ambientit nga makina të harruara nga historia e çdo vendi evropian përbën temë për zgjedhjet lokale por asgjë më tepër, ku përpjekjet për të ngritur, forcuar një treg të mirëfilltë makinash dhe servisesh profesionale është temë debatesh por jo përpjekjesh, themi sot me siguri se është kjo ajo që duam të ndryshojmë. Si grup interesi por edhe si pjesë e kësaj shoqërie jemi të vendosur të vazhdojmë me këmbëngulje derisa këto objektiva të bëhen realitet.

» Doing business in sales of and services for new cars is a beautiful thing. This work is passionate, it is useful work, and it is professional work. It is an opportunity you are granted to be a partner of well-known vehicle making businesses worldwide. Furthermore, this partnership enables the alignment of work mentality and practices, to suit your partner no matter where he is from: German, Japanese, Korean, Italian, etc. Simply put, it is worthwhile work. In Albania, however, this kind of business results very difficult and not encouraging at all. This is a conclusion that derives from the current circumstances experienced by those who are authorized dealers of new vehicles. Until 3 years ago, all 15 authorized dealers had been stabilized at a total sale of about 3,400 – 3,500 vehicles per year. It was not an excessively impressive figure, but compared to now it seems worth looking up to as a future objective. In the last three or four years, total sales have dropped

to about 1,500 vehicles per year. Meanwhile, it is the opposite of this that used cars have experienced. From 12 to 14 thousand vehicles where their imports had been stuck at three or four years ago, now they have jumped to over 40,000 cars per year. This change was made possible also because of the lifting of the import tax on used vehicles (under EU influence) as an element of a conditioning policy, extending over all types of vehicles. The state cashed in about 25 million Euros annually from the tax on used vehicles imports and the imported vehicles covered this cost; with the change, the government quadrupled its profit. However, this profit was now derived from all vehicles in use. Before the elections of June 2013, the previous government undertook another step by cutting the tax in half.

If you look at the economic-financial results of companies, or differently put their profit and profitability rate, you see that the sector of new cars is in a situation that is not encouraging at all. The total turnover for all authorized dealers for 2014 was at about 40 million Euro, with a total profit of about 1.5 million Euro. Among the authorized dealers of new cars, there are those that are suffering losses, there are those that have made a profit of "cents," just like there are some that have made reasonable and satisfactory profits. Although 3 companies appear to be doing relatively well, the overall situation of this sector is not such. When one is faced with such a situation, the question naturally arises: what keeps this business from developing more? What could be some of the rational solutions that could lend it some "breathing room?" what reform could and should be undertaken for new cars to start to "move" again? There have been objective and subjective factors that have caused the current situation. The alleviation of objective factors, such as increasing people's purchasing power is a future challenge for the government, for the moment, it is possible to undertake some concrete measures that would succeed in lift the new vehicles' business from the "hole" it has fallen into. The Association of New Vehicle's Authorized Dealers has worked based on a philosophy that intertwines important objectives with constant situation oversight in order to eliminate barriers that emerge intentionally or accidentally. It should be emphasized that following the reorganization of this association and its leading by two co-chairmen, namely Mr. Gentian Bushati and Mr. Artan Qesko, orientation for pending issues is much clearer. As a result, there is greater competence and

seriousness in addressing the situation with relevant institutions. A good example from the achievements of this association is the dialogue established with the Ministry of Infrastructure and Transport, which led to a solution for the blocked registration of vehicles on the basis of documents obtained by authorized dealers.

Meanwhile, based on the conviction that the market of used vehicles is entirely informal and that it competes against the market of

Authorized Dealers of New Vehicles in one of its segments, the Association has raised this issue and has negotiated it with the Ministry of Finance. Several requests have been submitted in this context, such as inclusion of the market of used vehicles in the fiscal umbrella, recognition of moral depreciation of new vehicles that are not sold within a certain period of time and that companies prefer to sell at a reduced price. So far, this has caused some kind of contradiction with tax authorities, which consider this a violation and penalize it. With regard to the first request, according to a draft that the Ministry of Finance has submitted to the Government for approval, it has been established that first, one citizen shall not have the right to import more than two vehicles per year and, second, anyone involved with car sales should be registered with the National Center for Registration (of businesses). The second request has also been considered reasonable, but its solution remains a subject of negotiation because in the middle of it lies the issue of VAT reimbursement to authorized dealers for the price difference.

The association has raised its voice continually also about the formulation of policies that would give a new impetus to this business, such as our proposals to expand vehicles with reimbursable VAT or stronger coefficients on which taxes that vehicles should pay are calculated.

Yet any endeavor despite its, positive affects on the automotive retailers, if it can not be translated into tangible benefits for the individual buyer is doomed to be obsolete and flawed. Every single initiative of the Association aims at bringing a positive outcome not only to individual buyers but to Albanian public as well. As part of this public we are fed up with a situation where the loss of life of road travelers is only a matter of news articles, where the pollution of vehicles that are by now forgotten by the history of every European Nation, is just a topic in the local elections platforms, where the efforts to establish a serious automotive and service business in Albania has more to it that just endless debates. Today we affirm that changing this status quo is our mission.

## Por çdo përpjekje sado pozitive të jetë për koncesionarët nëse nuk përkthehet në përfitime të prekshme për individët do ishte e parëndësishme dhe e mangët.



Shpëtim Luku  
Sekretari i Përgjithshëm i  
Shoqatës së Distributorëve  
Ligjorë të Makinave të reja

General Secretary of the  
Association of Authorized  
Dealers of New Vehicles



# HAPËSIRË DHE STIL, UDHËTIMI QË DUA



## ŠKODA e re Superb. Me hapësirën më të madhe në kategorinë e saj.

Një hapësirë e vogël (e shtuar) për komoditetin Tuaj, një hap i madh për ne. Superb-i i ri ka hapësirën më të madhe në sediljen e pasme dhe në bagazh në të gjithë kategorinë e saj. Për t'i shtuar komoditetin udhëtimit Tuaj, vijnë sot një gamë e gjerë elementesh të rinj, si edhe një dizajn i jashtëm emocionues. Superb-i i ri "zbret në tokë" për t'ju dhuruar një udhëtim "jashtë orbite"!

[skoda-auto.al](http://skoda-auto.al)

[facebook.com/skodaalb](https://facebook.com/skodaalb)

Konsumi i kombinuar i karburantit dhe emetimet e CO<sub>2</sub>: 4.0-6.2 l/100 km, 100-165 g/km



### Clever Inside

Kjo është mënyra sesi ŠKODA u a bën, klientëve të saj jetën më të thjeshtë ditë pas dite.



Mbështetëse këmbë 'Lounge'



Dy çadra të integruara në dyer



Smart link