

Drive

PORSCHE
ALBANIA

06/22

Automotive Fair Albania! 20

08 Audi bëhet elektrike!

07 e-Tron 11 T-Roc 16 Škoda Fabia e Re



Das WeltAuto.



A E DI sa të dua, AUDI?

*Do you know how much I
love you, Audi?*

6



E ardhmja është vendosur: Audi bëhet elektrike!

*The future is an attitude:
Electric goes Audi*

8



Volkswagen TAIGO

10



Heronj në timon *Heroes behind the driving wheel*

12



Revista Drive është një botim periodik
i Porsche Albania.

Realizimi: Botues Porsche Albania

Realizimi grafik: Source One

Burimi: Audi:
Audi-Mediaservice.com
SEAT: media.SEAT.com
Volkswagen Makina Tregtare:
volkswagen-media-services.com
Volkswagen Magazine
ŠKODA: press.ŠKODA-auto.com

Për komente, pyetje apo sugjerime lutem na
kontakttoni në adresën elektronike 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; <http://www.porsche.al>

Përmbajtja

Content

**ŠKODA FABIA e Re, ndiq
çfarë të dallon!**
*New ŠKODA FABIA, stick to
what makes you unique!*

14



**Škoda Albania në kampin
veror të Klea Hutas**
*Škoda Albania at the Klea
Hutas summer camp*

17



Automotive Fair Albania

20



**Porsche Albania, përvoja
shqiptare e të ardhmes automotive!**
*Porsche Albania, the Albanian
experience of the automotive future!*

22



**Menaxhimi i Sigurimit në
Porsche Albania**
*Security Management at
Porsche Albania*

24





Vështirësitë që forcuan dedikimin ndaj njëri-tjetrit!

The difficulties that deepened the commitment to one another!

Gentian Bushati - General Manager



Pikërisht kur menduam se Covid-19 i përkiste të shkuarës, i gjithë biznesi automotiv ndërkombëtar u përball me sfida të shtuara kufizuese. Mangësia e "semi-conductors" (mikroçipeve) u pasua nga lufta në Ukrainë, përforsimi i "lock-downs" në Kinë prej politikës O Covid dhe, së fundmi, inflacioni i paparashikuar i çmimeve të materialeve të metalit dhe rritja e energjisë.

Beteja të njëpasnjëshme me kohën dhe të panjohurën.

Të gjitha këto sfida kanë krijuar një impakt negativ në industrinë tonë, duke frenuar prodhimin dhe duke reduktuar mundësitë për t'u ofruar klientëve makinat e dëshiruara me motor me djegie të brendshme apo elektrike. Padyshim, edhe Grupi Volkswagen u prek nga këto ndërlkime ndërkombëtare, për rrjedhojë edhe Porsche Albania, si përfaqësuesi zyrtar i markave Audi, Volkswagen, Skoda dhe Seat.

Kështu, edhe mundësitë tona për të plotësuar pritshmëritë e klientëve tanë për blerje është limituar, duke krijuar anomali në kohëzgjatjet e kontratave për makinat e shitura, të reflektuara edhe te vonesat në prodhim. Siç mund ta kuptoni, kjo nuk është situatë e dëshiruar prej nesh.

Megjithatë gjej rastin të shpreh ndjesët e mia dhe të gjitha skuadrave tona, për çdo pakënaqësi të krijuar si pasojë e kësaj situatë aspak normale.

Sidoqoftë, fatalizmi nuk ka qenë asnjëherë pjesë e filozofisë sonë në shërbim dhe me organizimin e shpejtë që Volkswagen vuri në punë, lehtësoi edhe përpjekjet tona lokale dhe rezultati i prodhuar ishte frymëzues. Përgjithësisht, ne arritëm të plotësojmë objektivat e vendosura për 6 mujorin e parë. Përveç shitjeve tek individët, mbështetja e dhënë nga fabrikat, na gjeneruan edhe shitje në madhësi, siç është rasti i sasisë prej 100 makinave Volkswagen T-Cross për një kompani "rental".

Gjithashtu edhe Audi bëri të mundur të siguroheshin të gjitha makinat për prodhim, siç ishin planifikuar për gjysmën e parë të vitit 2022.

Me ritme të sigurta po përparon edhe axhenda e objektivave të Skoda, ndonëse krizat shumëplanëshe kanë sjellë një reduktim të numrave. Vështirësi janë paraqitur edhe për Seat, e cila vazhdon të jetë në gatishmëri për të qenë brenda kërkesave me ritme të larta nga tregu vendas, veçanërisht për modelet më të dëshiruara si Arona dhe Leon.

Një tjetër markë e Porsche Albania, e cila ka treguar performance në rritjet vitet e fundit është marka e makinave të përdorura DasWelt Auto. Sfidat e fundit kanë patur ndikimin e tyre edhe mbi këtë markë, por skuadra jonë ka bërë një punë të mrekullueshme për të tejkaluar pengesat, madje duke sjellë një ofertë gjithnjë e më të mirë për tregun vendas, si në modelet utilitare ashtu edhe në premium.

Pjesë e gjithë këtyre përpjekjeve njerëzore dhe profesionale qëndrojnë edhe investimet në marketing. Në këto 2 vite të vështira skuadrat tona të marketingut kanë arritur të çojnë përpara komunikimet për modelet elektrike, madje edhe në segmentin premium siç ishte lançimi i modelit Audi e-tron. Gjithashtu kemi mbajtur gjallë kontaktin me komunitetet e "fanatikëve" të modeleve tona siç kanë qenë aktivitetet me "Golf Club Albania". Përveç lançimit të modeleve të reja edhe për markën Volkswagen, jemi kujdesur të jemi të pranishëm edhe në takimet e industrisë, siç ishte edhe Panairi i parë në Shqipëri i "Automotive Fair Albania".

Një rritje të lavdërueshme kanë patur edhe aktivitetet e pas-shitjes për të gjitha market, por kryesisht Audi duke reflektuar edhe numrin e lartë të kërkesës dhe imazhin gjithnjë e në rritje të kësaj marke.

Një ndër investimet e shumta që kemi zhvilluar në këtë sektor investimesh është inagurimi i vetëm pak ditë më parë në repartin e bojës, furrës së re me teknologji të lartë, e cila do të rrisë efektivitetin dhe cilësinë e riparimeve dhe bojës.

Kjo ishte një panoramë e sintetizuar për 6 muajt e parë, ndërkohë edhe më frymëzues paraqiten treguesit për 6 mujorin e dytë. Përmirësimi i kapaciteteve prodhuese na jep një shans të shumëpritur për të përmirësuar balancet e cënuara dhe për t'u ngritur edhe më shumë në lartësinë e pritshmërive dhe kërkesave të tregut tonë.

Një përvojë sa më e kënaqshme e klientëve tanë mbetet forca shtytëse e skuadrave tona, të cilat besojnë se realizimi i objektivave është prova më e qartë se ne do të jemi gjithnjë partnerët tuaj më të besuar.

Në mbyllje të këtij adresimi, dëshiroj të përhëndes të gjitha skuadrat e Porsche Albania për përkushtimin dhe motivimin e përditshëm në operacionet ditore, duke sjellë harmonizimin e punës në skuadër edhe në ditët më të vështira dhe shpërblimi më i bukur janë të gjitha këto arritje të cilave mund t'u gëzohemi tashmë bashkë.

Padyshim, një falenderim nga zemra për të gjithë partnerët dhe klientët tanë për mbështetjen dhe mirëkuptimin e treguar, duke sjellë dedikim të shtuar edhe nga ana jonë.

Duke ju uruar pushime të mbara dhe një rikthim sa më të qetë në jetët tuaja profesionale, ju ftoj t'i konsiderojmë këto vështirësi si një provë për forcën e lidhjes sonë dhe të përparësive, për të cilat punojmë dhe mbushim të përditshmet tona.



> The entire global automotive industry was faced with more onerous limiting challenges just as we were beginning to believe that Covid-19 was history. The shortage of “semi-conductors” (microchips) was followed suit by the conflict in Ukraine, China’s tightening “lock-downs” because of Covid policy and, most recently, the unforeseen inflation of the prices of metal materials and the increase in energy.

Multiple conflicts with time and the unknowable.

All of these challenges have had a detrimental effect on our industry, slowing production and limiting our ability to provide customers with the desired internal combustion engine or electric vehicle options. Undoubtedly, the Volkswagen Group and Porsche Albania, as the official representative of the brands Audi, Volkswagen, Skoda, and Seat, were also impacted by these global issues.

As a result, we have had limited opportunities to fulfill the expectations of our customers for purchases, which has led to anomalies in the length of the contracts for the sold cars and production delays. As you may understand, this situation is not desirable to us.

Nonetheless, I would like to take this opportunity to apologize on behalf of myself and all our teams for any resentment caused by this atypical circumstance.

Fatalism has never been a part of our service philosophy, though, and Volkswagen’s quick organization helped our local efforts as well. The end result was inspiring. Overall, we were successful in achieving the goals we had for the first six months. Along with sales to individuals, the factories’ assistance helped us make significant sales as well. One example is the purchase of 100 Volkswagen T-Cross cars by a “rental” company.

Additionally, Audi enabled the production of all vehicles to begin, as planned, in the first half of 2022.

Despite multifaceted crises causing the decrease in numbers, the agenda and the objectives of Skoda are moving forward steadily. Seat has also faced difficulties, though it carries forward in readiness to cope with the high demand by the local market, particularly the most demanded for models, such as Arona and Leon.

Another brand of Porsche Albania, which has performed progressively well in the last years, is the used cars brand, DasWelt Auto. The latest challenges have affected this brand as well, but our team has done a wonderful work to overcome obstacles, providing increasingly well for the local market both with utility and premium models.

The marketing investment has been an important part of these immense professional and human efforts. Our marketing teams have succeeded in advancing electric vehicle communications during these two challenging years, even in the premium market, as evidenced by the introduction of the Audi e-tron model. We have also maintained a live contact with our models “fanatic” communities, such as the activities involving “Golf Club Albania”. Besides launching the new Volkswagen brand models, we have made sure of our presence in the industry meetings as well, such as the first “Automotive Fair Albania” Fair in Albania.

We have also achieved a praiseworthy increase in the after-sale activities for all brands, Audi in particular, reflecting the high demand and the ever-growing image of this brand.

Among the many investments in this sector is the inauguration a few days ago in the paint sector of the new high-technology furnace, which will

increase effectiveness and the quality of repair and painting.

This was a synthesized panorama of the first six months, but the second six months’ indicators are even more encouraging. The improvement of our production capabilities provides us with a long-overdue opportunity to restore the compromised balances and further exceed the high standards and demands set by our market.

Our teams continue to be motivated by a highly positive customer experience because they believe that achieving objectives is the best indication that we will always be your most reliable partners.

At the conclusion of my words, I would like to thank all the Porsche Albania teams for their commitment, daily inspiration, and ability to harmonize teamwork even on the most trying of days. The most beautiful reward are all of the achievement that we are now able to share in.

Unquestionably, we would like to express our most sincere gratitude to all of our partners and clients for their support and understanding, which has increased our own level of commitment.

Wishing you happy holidays and a smooth transition back to work, I invite you to see these challenges as evidence of the strength of our relationship and priorities that guide our work and daily lives.

A E DI sa të dua, AUDI?

Një dedikim i pazakontë për Shën Valentin!

Do you know how much I love you, Audi?

A pretty unusual dedication for San Valentin!



Për shumë burra, dashuria për makinën e tyre tejkalon çdo imagjinatë dhe dashuri tjetër. Kjo ndjenjë e fortë qëndron edhe në gjenezën e klubeve të ndryshme në botë, ku shumë të apasionuar bashkohen për të adhuruar mjetet e tyre.

Në këtë frymë dashurie të "çmendur" ka ardhur edhe komunikimi i Audi Albania në ditën e Shën Valentinit.

Në videon e publikuar prej tyre ditën e djeshme paraqitet një djalosh i cili ka përgatitur një darkë shumë të kuruar romantike, për atë çfarë pritet të jetë partnerja e tij.

Një tavolinë e gjatë, qirinj elegantë, shampanjë, petale trëndafilash dhe ushqim gourmet krijojnë idenë se një fatlume ka shumë për të festuar.

Në fakt, në mbyllje të videos dhe në fund të tavolinës shfaqet një makinë AUDI Q3 Sportback i kuq. Ky model i preferuar nga shumë shoferë ishte ndriçimi i papritur por i bukur i asaj darke.

Kjo video nxiti shumë reagime online, duke u konsideruar si një gjetje e këndshme dhe homazhi më i denjë për një dashuri që shpesh herë nuk njeh kufij.

For many men, the love of their car outweighs all other fantasies and loves. Numerous clubs around the world, where a lot of enthusiasts congregated to worship their tools, were founded as a result of this strong feeling.

Audi Albania's Valentine's Day communication has also arrived in this "crazy" love spirit.

A guy who has prepared a very romantic dinner for what is assumed to be his partner is shown in the video that they released yesterday.

A large table, elegant candles, champagne, rose petals, and gourmet food give the impression that there is much to celebrate for the lucky person.

Actually, a red AUDI Q3 Sportback can be seen at the conclusion of the video, at the end of the table. The unexpected but lovely lighting that evening was this popular model among many drivers.

The video sparked a lot of positive feedback online and was hailed as a delightful discovery and the perfect tribute to a love that frequently knows no bounds.

Audi e-tron ka nisur agimin e një ere të re. Marka me katër unaza po transformohet nga një prodhues klasik në një ofrues premium i sistemeve të mobilitetit. Këtë vit prodhuesi Gjerman i makinave thotë se do të sjellë në treg më shumë makina elektrike se çdo brand tjetër. Kjo pasi shumë studime tregojnë se klientët po e konsiderojnë makinën elektrike si makinën e tyre të re.

Audi e-tron 100% elektrik përmbledh gjithçka ëndërron në një SUV me fuqinë e plotë të elektrifikimit. Nuk mund të thuhet e njëjta gjë për asnjë nga konkurrentët në të njëjtën kategori premium. Kur Audi vendosi të kthehet në makinë elektrike, vendosi t'i shkojë deri në fund dhe të elektrifikojë çdo gjë. Të elektrifikojë traditën e Audi-t nga performanca, dizajni dhe teknologjia. Audi i ri e-tron nuk po ndryshon vetëm mendjet por po ndryshon gjithçka.

Audi i dha fund frikës rreth distancave që mund të mbulojë makina me një karikim. Një nga faktorët kyç përkrah mundësitë të Audi e-tron për mbulimin e distancave ditore mjaftueshëm të gjata, është mundësia e përzgjedhjes nga një numër të konsiderueshëm opsionesh për karikim, në shtëpi apo jashtë saj. Sistemi standard i

karikimit mund të përdoret me çfarëdo prize shtëpie për 230 Volt. Ata që e karikojnë e-tron gjatë natës nuk kanë përse të shqetësohen se ku do të karikohen të nesërmen gjatë ditës së tyre të punës. Distanca prej 400 kilometrash mundëson udhëtimin me elektricitet pa asnjë kompromis.

Audi e-tron nuk është një makinë e zakonshme. Kur Audi prodhoi të parën makinë elektrike SUV kishte për qëllim të kthente përmbys pritshmëritë e klientëve në drejtim të makinave elektrike. Kishte për qëllim të sfidonte perceptimet e tyre.

Ky ishte dhe qëllimi ynë kur nisëm projektin për t'i dhënë 100 klientëve premium të Audi një prezantim të guximshme të shoqëruar me një eksperiencë intriguese në "Augmented Reality". Prezantimi përfshin një prizë të thjeshtë korenti të vendosur në një kuti luksoze veshur me kamosh të zi dhe në kapak të saj një kod QR që pasi skanohet krijon një realitet virtual të shtuar në ekranin e celularit. Nga priza del një shkarkesë elektrike e cila përvijohet në konturet Audi e-tron dhe krijon një hologramë e cila qëndron pezull mbi prizë ndërkohë që mbi hologramë shkarkimet e elektricitetit shpërfaqin me tekst ato që e bëjnë e-tron pararojën e kategorisë së saj premium.

ELECTRIC HAS GONE INTELLIGENT
ELECTRIC HAS GONE CONNECTED
ELECTRIC HAS GONE QUATTRO
ELECTRIC HAS GONE AUDI

Logo e e-tron përmblyll hologramën në realitetin virtual të shtuar. Ky është padyshim një prezantim që të bën të mendosh. Të lë të kuptosh se një prizë, kaq pranë jetës së përditshme të njeriut, po sjell po aq pranë edhe mobilitetin. Ajo prizë simbolizon injektimin e elektricitetit në DNA-në e AUDI duke bashkuar më të mirat e dy botëve, elektricitetin me SUV, në një, tek Audi e-tron.

Masivizimi i makinave elektrike do të kërkojë edukim të konsumatorit dhe më shumë aktivitete të tilla dhe të ngjashme me të. Ne nuk duhet të mendojmë se njerëzit e njohin teknologjinë dhe vetëm krahasojnë oferta në blerje. Çdo gjë ka të bëjë me edukimin. Të gjitha brandet janë duke e komunikuar kategorinë duke bindur konsumatorin se makinat elektrike nuk janë një kapistall që nuk u lejon të largohen larg nga shtëpia, por një teknologji e re e mrekullueshme që u lejon ta harrojnë pikën e karburantit. Kjo nuk ka të bëjë me reklamën, kjo ka të bëjë me fillimin e një lëvizje. Dhe ne sapo e kemi filluar tonën, këtu në Shqipëri.

e-Tron



A new era has begun thanks to the Audi e-tron. The four-ringed brand is evolving from a classical manufacturer to a premium provider of mobility systems. According to the German automaker, they will deliver more electric vehicles this year than any other brand. This is because numerous surveys indicate that customers are thinking about purchasing an electric vehicle as their new vehicle.

With the full force of electrification, the all-electric Audi e-tron embodies everything you dream of in an SUV. The same cannot be stated for any of the competitors in the same premium category. When Audi decided to go electric, it decided to go all the way and electrify everything. To electrify the Audi tradition of performance, design, and technology. The new Audi e-tron is transforming everything, not just minds.

Audi has allayed concerns about the car's ability to travel long distances on a single charge. The ability to choose from a wide range of charging options, whether at home or abroad, is one of the major factors the Audi e-tron's ability to travel sufficiently long distances on a daily basis. The standard charging system is compatible with any 230-volt household outlet. If the e-tron is charged

overnight, users do not need to worry about finding a place to charge it the next day while at work. The 400-kilometer charging range allows traveling entirely on electricity.

The Audi e-tron is no ordinary car. Audi's goal in creating the first electric SUV was to turn upside down the consumers' preconceived notions about electric vehicles. It intended to challenge their perceptions.

When we started the project, we aimed to give 100 Audi premium customers a bold presentation along with an intriguing "Augmented Reality" experience. The display includes a simple power outlet housed in a classy box lined with black suede and a QR code on its lid that, when scanned, produces an augmented virtual reality on a smartphone screen. The plug emits an electrical discharge that is outlined in the contours of the Audi e-tron and draws a hologram over it. In the meanwhile, the electrical discharges depict in text in the hologram what distinguishes the e-tron as the leader in its price range.

ELECTRIC HAS GONE INTELLIGENT
ELECTRIC HAS GONE CONNECTED
ELECTRIC HAS GONE QUATTRO

ELECTRIC HAS GONE AUDI

The hologram is completed by the e-tron logo in the augmented virtual reality. This is definitely a thought-provoking presentation. It enables you to comprehend how a plug that is so close to a person's daily life is bringing mobility as close as possible. That plug symbolizes the injection of electricity into AUDI's DNA by combining the best of both the electric and SUV worlds in the Audi e-tron.

Consumer education and more of these and related activities will be necessary for the widespread adoption of electric vehicles. We shouldn't assume that everyone uses technology and only compares prices when they shop. Everything relates to education. All the brands are communicating the category, convincing the consumer that the electric vehicles are not a leash that keeps them tied to the vicinity of their homes but a new and wonderful technology that will enable them to forget about the gas station. This is not about advertising, this is about starting a movement. And we have already started our own, here in Albania.

E ardhmja është vendosur: Audi bëhet elektrike!

The future is an attitude:
Electric goes Audi

Intervistë me Erilda Hoxha, Drejtoreshë e Marketingut dhe Marrdhënieve me Publikun në Porsche Albania

Çdo bateri është ndezur drejt transportit elektrik dhe duket se kjo garë do të fitohet nga ajo markë e cila do të dominojë tregun në segmentin premium. Porsche Albania ka hyrë e para në këtë garë nëpërmjet markës premium që ajo përfaqëson, Audi.

Së fundmi, në një intervistë të dhënë për Monitor online, Drejtori i Përgjithshëm i Porsche Albania Z. Gentian Bushati shpalosi disa nga shtyllat e strategjisë botërore të Audi, e cila po implementohet edhe lokalisht në Shqipëri.

Z. Bushati u shpreh se, megjithëse makinat me djegie të brendshme mbeten pjesë e rëndësishme e adn-s së Audit, tashmë marka ikonike botërore ka vendosur të investohet me fuqi të plotë në modelet elektrike. Sipas Bushatit, ky investim sheh përtej ofertës momentale të tregut dhe synon përpuethshmërinë afatgjatë me proceset e Bashkimit Evropian, ofrimin e aftësive dhe kapaciteteve njerëzore në sektorin e shërbimeve për makinat elektrike dhe zhvillimi i infrastrukturës së nevojshme të karikimit. Në mbyllje të intervistës së tij, Z. Bushati ftoi të gjithë të interesuarit të njihen me të ardhmen premium të transportit elektrik, nëpërmjet vizualizimit që Porsche Albania mundëson në qendër të Tiranës, për 7 ditët rrjesht, në premiset e instalacionit

artistik "Reja", ku audienca do të shohë për herë të parë në Shqipëri modelin elektrik Audi e-tron.

Ne ndoqëm nga afër këtë event, i cili ishte një shfaqje fantastike audio-vizuale, por edhe një burim i ri pikëpyetjesh, të cilat vendosëm t'ia adresojmë Drejtoreshës së Marketingut dhe Marrdhënieve me Publikun në Porsche Albania, Znj. Erilda Hoxha.

Znj. Hoxha, si përkthehet e ardhmja elektrike e Audi në strategji shitjesh në Shqipëri? A është gati tregu shqiptar për këtë standard premium?

Hoxha: E ardhmja elektrike që marka Audi i propozon transportit botëror nuk është një etapë finale, por një vizion dhe një qëndrim që ne ndërmarrim për të ardhmen e mjedist dhe qëndrueshmërisë së jetesës sonë. Transporti elektrik në çdo hallkë të tij përfaqëson reduktim kostosh për klientët. Në këtë sens sigurisht që tregu shqiptar është gati. Shtuar këtu, stafet tona të shitjeve po synojnë fokusimin e aksioneve në atë çfarë ne konsiderojmë Qendërzimi Njerëzor. Dixhitalizimi i të gjithë rrugëtimit të klientit do të bëhet veçoria më e rëndësishme dalluese për ne. Një përvojë gjithëpërfshirëse e klientit, si online ashtu edhe offline është kritike. Jemi të ndërgjegjshëm se klientët presin ndërlidhje pa probleme në të gjitha kanalet e kontaktit dhe informacionit.

Pse Audi e-tron dhe pse pikërisht në një

instalacion artistik si "Reja"?

Hoxha: Audi e-tron përfaqëson mishërimin dhe vizualizimin më të mirë të strategjisë së re së Audit globalisht, por edhe në Shqipëri. Në lidhje me eventin, ne u bazuam në konceptin e resë si mbartësja e ngarkesës më të madhe elektrike natyrore. Kështu vendosëm, në një sens, të shkrepim "rrufenë" të "Reja", duke pozicionuar Audi e-tron për plot 7 ditë në premiset e instalacionit, nën kornizën e një festivali audio-vizual të kuruar me shumë kujdes nga stafet tona dhe në partneritet me Reja.al

Në vazhdim ne kemi përzgjedhur 100 Audi People, të cilët besojmë se i përkasin target-it dhe filozofisë premium të markës. Të përzgjedhurit do të prezantohen në një mënyrë novatore dhe ndryshe, nëpërmjet një letre të dedikuar dhe një kutie me hologram.

Kush janë pritshmëritë e Porsche Albania me transportin premium elektrik në Shqipëri?

Hoxha: Brenda 5 viteve, mbi 40% e portofolit të modeleve Audi do të jenë elektrike, duke u pozicionur kështu si marka e vetme dhe Nr.1 premium në Shqipëri. Porsche Albania përmes Audi do të lançojë vetëm këtë vit 3 modele elektrike, si e-tron Sportback, Q4 e-tron, e-tron GT. Siç mund ta kuptoni e-ardhmja është elektrizuese; e-ardhmja premium është Audi.



Interview with Erilda Hoxha, Director of Marketing and Public Relations at Porsche Albania

All the batteries are turned toward the electric transport and seems that this race will be won by the brand that will dominate the market's premium segment. Porsche Albania is the first to participate in this competition, through the premium brand that it represents - Audi.

Lately, in an interview to Monitor online, the General Director of Porsche Albania, Mr. Gentian Bushati, unfolded some of the Audi global strategy pillars, which is being locally implemented in Albania too.

Mr. Bushati said that thought the internal combustion cars remain a very important part of Audi DNA, the global iconic brand has now decided to invest powerfully in the electric models. According to Mr. Bushati, this investment is looking beyond the market current offer and aims towards the long-term compliance to the European Union processes, providing skills and human capacities in the sector of electric vehicles services and the necessary charging infrastructure development. At the end of his interview, Mr. Bushati invited all those interested to know the premium future of electric transportation, through the visualization provided by Porsche Albania at the center of Tirana, for 7 consecutive days, at the premises of the "Cloud" artistic installation, where the public

will see for the first time in Albania, the Audi e-tron electric model.

We followed this event closely. It was a fantastic audio-visual show but a new questions source as well, which we decided to address to the Director of Marketing and Public Relations at Porsche Albania, Ms. Erilda Hoxha.

Ms. Hoxha, how does the Audi electric future translate into a marketing strategy in Albania? Is the Albanian market ready for this premium standard?

Hoxha: The electric future that the Audi brand is offering to the world transportation is not a final step but a vision and an attitude that we undertake for the environment future and the sustainability of our lives. The electric transport represents a cost reduction for the customers in it every link. In this context the Albanian market is surely ready. We can add that our sale staff are aiming to focus the activities in what we consider Human Centralization. Digitalizing all the customer way will be the most distinctive important feature for us. An all-inclusive customer experience, both online and offline is critical. We are aware that the customers expect interaction without any problems through all the contact and information channels.

Why Audi e-tron and why exactly at an artistic installation such as "Cloud"?

Hoxha: Audi e-tron represents the best embodiment and visualization of the new Audi strategy, globally as well as in Albania. Regarding the concept, we were based on the cloud concept as the greatest natural electrical charge carrier. Thus, we decided to throw the "lightning" at the "Cloud", positioning Audi e-tron for fully 7 days in the installation's premises, within the framework of an audio-visual festival curated very carefully from our staff and in partnership to Reja.al.

We have next selected 100 Audi People, who believe that they adhere to the brand's premium target and philosophy. The selected ones will be announced through a innovative and different way, through a dedicated letter and a holographic box.

What are the expectations of Porsche Albania regarding the premium electric transportation in Albania?

Hoxha: Within 5 years, more than 40% of the Audi models portfolio will be electric, being positioned thus as the only brand and the No. 1 premium in Albania. Porsche Albania will launch through Audi during this year alone 3 electric models, such as e-tron Sportback, Q4 e-tron, e-tronGT. As you may understand, the e-future is electrifying, the premium e-future is Audi!

Volkswagen TAIGO, makina e re gati për çdo udhëtim.

A brand-new vehicle prepared for any journey.

Pak ditë më parë u mbajt eventi i prezantimit të modelit më të ri në treg nga Porsche Albania. Volkswagen TAIGO, makina që ka pushtuar rrugët e Evropës dhe tani vjen në Shqipëri.

TAIGO është një model krejtësisht i ri, i sjell në treg nga Volkswagen. Gjëja e parë që vihet re nga kjo makinë është pamja e jashtme. Pavarësisht se ka përmasat e një SUV të vogël, ajo ka një karakter Coupé. Gjithashtu, fenerët komplimentojnë akoma më shumë pamjen e makinës, me prekjen e re të modeleve Volkswagen fal IQ.LIGHTS. Baxho e xhamit i shton akoma dhe më shumë kësaj makine sensin e argëtimit.

Volkswagen TAIGO është shoqëruesi më i mirë për të gjitha rrugët, si brenda ose jashtë qytetit, dhe kjo dallohet nga rehatia e kabinës. Çdo detaj është i menduar për rehatinë dhe konfortin jo vetëm të shoferit, por edhe të pasagjerëve. Kroskoti digjital është një komoditet esencial në ditë e sotme. Kontrolli i çdo aspekti të makinës, pa qenë nevoja e shpërndarjes së vëmendjes nga rruga, por edhe opsione të vogla si lidhja me Smartphone, ku mund të lidhësh të gjitha aplikacionet me makinën si dhe të karikosh telefonin pa fisha.

Eventi i prezantimit u mbajt te Tribeca Bar Tirana dhe pjesëmarrësit u takuan për herë të parë me TAIGO. Ajo pati një sukses të madh, pasi stili i

jetesës së të ftuarve ishte i njëjtë me të. Ata panë nga afër pamjen e re sportive nga jashtë dhe komoditetin praktik nga brenda. Veç kësaj, të ftuarit patën mundësinë të zhyteshin më tepër në eksperiencën që Porsche Albania fal, jo vetëm në prezantimin e modeleve të reja, por edhe në të gjitha eventet e organizuara, veçanërisht ato të dashamirësve të markës Volkswagen.

Po, TAIGO është makina për ata që kanë një jetë të zënë në qytet dhe kohën e lirë duan ta mbushin me aventura. Për ata që janë në kërkim të adrenalinës por edhe të sigurisë. Ndaj nëse je në kërkim të një makine që gjatë javës të ndihmon në të gjitha detyrimet dhe gjatë fundjavës është gati për t'u argëtuar, Volkswagen TAIGO është ideale për ty.



A few days ago, Porsche Albania held an event to introduce their newest model to the public. Volkswagen TAIGO, the car that has conquered the streets of Europe and now comes to Albania.

TAIGO is a brand-new model, introduced to the market by Volkswagen. This car's exterior is what draws attention to it right away. It has a Coupé character despite having the dimensions of a small SUV. Additionally, the headlights enhance the appearance of the vehicle even further with the new touch of Volkswagen models made possible by IQ.LIGHTS. The fun factor of this car is increased even further by the windshield.

The comfort of the cabin makes the Volkswagen TAIGO the ideal vehicle for all types of roads,

both in and out of town. Not just the driver, but also the passengers, are taken into consideration when designing every aspect of the vehicle. The digital dashboard is a necessary convenience, these days. Every aspect of the vehicle can be controlled without having to divert your attention from the road, as well as more minor features like smartphone connectivity, which enables you to wirelessly charge your phone while also connecting all of your smartphone's applications to the vehicle.

The presentation event was held at Tribeca Bar Tirana and the participants met for the first time with TAIGO. Due to the guests' similar lifestyles to her own, it was a huge success. They had a good

look at the interior's functional comfort and the exterior's new sporty appearance. Additionally, the visitors had the chance to fully immerse themselves in the Porsche Albania experience, which includes all organized events, particularly those for Volkswagen brand enthusiasts, in addition to the introduction of new models.

TAIGO is without doubt the vehicle for busy city dwellers who like to fill their free time with exciting experiences. For those who desire both safety and adrenaline. If you're looking for a vehicle that can help you with all of your responsibilities during the week and ready for fun at the weekend, Volkswagen TAIGO is the perfect vehicle for you!



T-Roc



A e keni idenë se çfarë kuptimi merr për tifozët e motorëve Harley Davidson java e parë e gushtit në qytetin Sturgis në Dakoten e Jugut, Sh.B.A.?

Të njëtin kuptim mori Peza të djellën e 8 majit për tifozet e VW Golf. Për të parën herë pas pandemisë dhe që prej themelimit, Volkswagen Club Golf Albania organizoi me pjestarët e saj dhe të apasionuarit pas makinave në Shqipëri festën vjetore të klubit me qëllimin për ta kthyer atë në traditë të përvitshme.

Nuk ishte një organizim formal me juri dhe fitues. Nuk kishte servise makinash të ngritura pranë territorit ku organizohej eventi. Ishte veç një grup të rinjsh që ndanin mes tyre pasionin dhe dashurinë për çdo gjë që ka lidhje me VW Golf.

Këtë të djellë fusha e Pezës u mbush plot me VW Golf të të gjitha modeleve sjellë nga pronarë, tifozë dhe të apasionuar pas makinave dhe drifting. Shumë të ftuar parkuan makinat e tyre Golf në fushë dhe qetësisht admironin dhe admiroheshin nga sytë e gjithë pjesmarresve në festë. Dhe sigurisht atmosferës miqësore në atë ditë plot diell pranvere ju shtua dhe shërbimi barbeque në natyrë duke ju dhënë mundësi të



Do you have any idea what the first week of August means to Harley Davidson fans in Sturgis, South Dakota, USA?

On Sunday, May 8, Peza acquired the same unique significance for VW Golf fans: for the first time since the pandemic and since the club's founding, it conducted its annual celebration with the help of its members and Albanian auto enthusiasts with the intention of making it an annual tradition.

The organization didn't have a formal jury or winners. Near the area where the event was planned, there were no vehicle services set up. It was just a group of young people who shared a love and passion for everything related to the VW Golf.

This Sunday, owners, fans, and car and drifting enthusiasts filled the Peza field with all sorts of VW Golf models. Many guests parked their Golf cars on the field and quietly admired and were admired by the eyes of all the event participants. On that lovely sunny spring day, the outdoor barbeque service undoubtedly contributed to the convivial

environment by allowing everyone to spend a few hours enjoying the BBQ, drinking beer, and talking about what they all find most enjoyable.

This event was the ideal occasion to see and hear some of the most iconic examples of the VW Golf models that have finally found their home in Albania too, as well as the best way to demonstrate the passion for VW automobiles.

This annual gathering with the potential to transform into a Mecca for golf enthusiasts is sponsored by Porsche Albania and organized by the Volkswagen Club Golf of Albania. About 80 people attended the first event this past Sunday, which is a major milestone in itself.

Mr. Gentian Bushati, General Director of Porsche Albania, which has supported Volkswagen Club Golf Albania since its inception, held the welcome speech at the event's beginning. Along with 30 VW Golfs, ranging in model from MK1 to MK8, the new VW T-Roc presentation stand served as another representation of Porsche Albania's official presence.

If there would be a prize for the owner of the most

unique vehicle among the 30 vehicles exhibited during the event, it would certainly go to Mr. Ervin Kosova, who was represented in this exhibition by a 1989 Golf Rallye with a 1.8 G60 engine, 4 x 4 syncro. Given that only 5000 of them were produced in total, as Ervin said, they are a rare species indeed.

We cannot fail to mention the racing Golf too, in which Ervin competes in Rally Albania every year. A GTI converted to a 1.8 turbo engine from an Audi S3, enhanced to 400 horsepower and a 4x4 4motion system.

It is evident from the variety of vehicles on display at the Peza event that the Golf fan base in Albania is considerable and deeply dedicated. Those 30 Volkswagen Golf vehicles represent a fiery passion that is hard to find in other car brands or models.

There is great hope that the activity organized this year by Volkswagen Club Golf Albania will transform into a kind of annual pilgrimage for every golf fan, a dreamed destination for each of them.



Porsche Albania prezanton
“Heronj në timon”,
nisma që shpëton jetë!

Porsche Albania presents
“Heroes behind the driving wheel”,
an initiative that saves lives!

MAKINA IME

**Heronjtë në timon,
pa telefon!**

Shkarko aplikacionin në:

App Store Google Play

PORSCHE
ALBANIA

vodafone

Aksidentet në rrugët shqiptare janë shndërruar në një rrezik publik, duke shënuar viktimë, në shumë raste të pafajshme.

Kjo situatë alarmuese, e krahasueshme fare lehtë me një bilanc lufte, ka nxitur koncesionarin më të madh shqiptar Porsche Albania, për të propozuar nismën “Heronj në timon”, të zhvilluar nëpërmjet aplikacionit të tyre “Makina Ime”.

Kjo nisëm synon angazhimin e shoferëve të përgjegjshëm, për të reduktuar aksidentet, në dy hapa të thjeshtë: evitimin e përdorimit të telefonit

në timon dhe respektimin e shpejtësisë së lejuar.

Nxjtja origjinale që Porsche Albania ofron për shoferët është shpërblimi me pikë dhe internet falas për sjelljen e tyre.

Nëpërmjet gjurmimit të lëvizjes së makinës dhe përdorimit të telefonit, aplikacioni “Makina Ime” vlerëson kilometrat e përshkuara në mënyrë të përgjegjshme dhe në raport me ato kilometra, ofrohen edhe shpërblimet.

Në deklaratat e tyre për median tonë, përfaqësuesit e Porsche Albania shprehën se:

increase the number of responsible drivers and decrease accidents.

Porsche Albania’s original incentive for drivers is the reward of points and free internet for good behavior.

The “My Car” application calculates the miles driven responsibly by monitoring the movement of the car and phone use, and in relation to those miles, rewards are provided.

Representatives of Porsche Albania claim the following in statements to the media:

“Situata e aksidenteve kërkon nga të gjithë të luajmë një rol, i cili do të reduktojë jetët e humbura. Pikërisht ky shpërblim madhor na bën të gjithëve Heronj dhe superfuqia që na kërkohet për të fituar këtë luftë është thjeshtë të jemi të përqendruar ndërkohë që ngasim makinën.”

Nisma pritët të lançohet brenda pak ditëve, duke ngritur kështu edhe komunitetin e parë të Heronjve, pjesë e të cilëve mund të bëhet pjesë kushdo dhe mjaft shpejt duke shkarkuar aplikacionin “Makina Ime”.

“To reduce the number of fatalities, everyone must contribute to the accident situation. All of us become heroes because of this fantastic reward, and the only superpower needed to prevail in this war is the ability to maintain focus while driving.”

The initiative is expected to be launched within a few days, creating the first community of Heroes that anyone can join right away by downloading the “My Car” app.

Road accidents in Albania have developed into a public safety threat, leaving innocent victims in numerous cases.

The largest Albanian concessionaire, Porsche Albania, was prompted by this worrying situation—which is easily comparable to casualties in a war—to suggest the “Heroes behind the driving wheel” initiative, which was created through its “My Car” application.

By encouraging cautious driving and enforcing the posted speed limit, this initiative hopes to

ŠKODA FABIA e Re, ndiq çfarë të dallon!

New ŠKODA FABIA, stick to what makes you unique!

Rugët në të gjithë botën janë prezantuar së fundmi me ŠKODA Fabian e re dhe është pikërisht siç pritej: e ridimensionuar në mënyrë dinamike, me dizajn elegant kristali dhe teknologji të përmirësuar.

Tashmë edhe në Shqipëri, ajo do të jetë një standard i ri për të gjitha automjetet e kategorisë së saj. E prezantuar në tregun shqiptar nga shtëpia e Porsche Albania, ŠKODA FABIA e re premtan atë çfarë shumë shoferë prisnin: të njëjtin konsum ekonomik, por kapacitete të shtuara, të përshtatshme për çdo stil jetese.

Këto pritshmëri jemi munduar t'i vizualizojmë edhe në spotin promocional të publikuar ditën e djeshme. Përtej alternativit të dy realiteteve shumë të ndryshme nga njëri-tjetri, përshtypja e krijuar flet për një personazh të vetëm, duke

rrezikuar edhe të duket deri diku kontradiktor.

Por realisht në qendër të kësaj videoje janë dy stile totalisht të ndryshme të dy personazheve binjake/influencer në rrjetet sociale, Noela & Mikea.

Këto stile kombinohen nëpërmjet muzikës energjike, pamjeve të gjalla dhe estetikës së kurrar. Në qendër të kësaj videoje janë dy stile totalisht të ndryshme jete të binjakeve të famshme në rrjetet sociale, Noela & Mikea Kosti. Këto stile vijnë bashkë nëpërmjet muzikës energjike, pamjeve të gjalla dhe estetikës së kurrar.

I gjithë vibrimi i të përditshmeve të tyre nga udhëtimet nëpër male, te blerjet e modës apo oraret e rezervuara për zyrën apo tatuazhin e radhës, akomodohet natyrshëm në ŠKODA

Fabian e re. Kështu nën moton "Follow Your Different", marka ŠKODA i fton të gjithë të ndjekin atë çfarë i dallon dhe përfaqëson më mirë.

Spoti nuk dështon së treguari sesi ngjyrat e perëndimeve buzë detit dhe forca e ashpërsisë së maleve mishërohen në vetë dizajnin e automjetit të preferuar të binjakeve Kosti.

E gjitha falë inxhinierëve dhe dizajnerave të ŠKODA, të cilët kanë ruajtur të njëjtën dukje dinamike prej kristali, por kanë lartësuar brendësinë e saj, duke shtuar përmasat dhe një sistem modern info-argëtimi.

Përballë situatës së paqendrueshme të kostove të karburantit, zgjidhja vjen nën emrin ŠKODA FABIA për të gjithë ata që kërkojnë një makinë të re dhe pasurim të stilit të tyre të pavarur dhe intrigues të jetesës.



The new ŠKODA Fabia has recently made its debut on roads throughout the world, and it is everything that was predicted: dynamically re-dimensioned, with an elegant crystal design and improved technology.

It will now be a new standard for all vehicles in its category in Albania as well. The new ŠKODA FABIA, which was introduced to the Albanian market by the Porsche Albania company, guarantees what many drivers expected: the same economic consumption with increased capacities, suitable for any lifestyle.

We attempted to visualize these expectations in the promotional spot published yesterday. Beyond the alternation of two very distinct realities, the impression conveyed speaks of a

single character, risking to appear somewhat contradictory.

However, Noela & Mikea, two twins and social media influencers with completely different styles, are what this video is really focused on.

Refined aesthetics, vibrant visuals, and upbeat music combine these styles. Noela & Mikea, two twins and social media influencers with completely different styles, are what this video is really focused on. These styles are merged by the upbeat music, vibrant visuals, and refined aesthetics.

The new ŠKODA Fabia easily accommodates all the vibe of their daily lives, including trips through the mountains, fashion shopping, appointments for the office, and the next tattoo. Therefore, the

ŠKODA brand encourages everyone to follow what best defines and represents them under the motto "Follow Your Different."

The spot does not fail to demonstrate how the twins' favorite Kosti car's design embodies the colors of the seaside sunsets and the untamed power of the mountains.

All thanks to ŠKODA's engineers and designers, who maintained the dynamic crystal appearance while enhancing the interior with additional space and a cutting-edge infotainment system.

Faced with the volatile situation of fuel costs, ŠKODA FABIA is the only answer if you're looking for a new car and want to improve your independent and fascinating lifestyle.

NË GARË ME ŠKODA

RACING WITH ŠKODA

> Me gjithë dashurinë e madhe për biçikletën, që për 40 vjet ishte kulmi i luksit të një individi, pak shqiptarë e dinë se Shqipëria zë një vend shumë intrigues në historikun e federatave sportive të çiklizmit në botë. Si rrallë trende të tjera të cilat prekin Shqipërinë nga fundi, sporti i çiklizmit bën përjashtim. Federata Shqiptare e Çiklizmit është themeluar e treta në botë e lënë pas vetëm nga Franca dhe Italia. Jo keq për një vend të vogël që aspiron të krahasohet me gjigandë global.

Megjithëse dy vende para në renditjen e vjetërsisë Tour de France ka 108 edicione por ajo që i bën të ngjashme këto dy ture përveç dëshirës për fitore të pjesmarrësve është dhe mbështetja e pamasë që këto dy aktivitete marrin nga ŠKODA si sponsor i garës. Plot 18 herë për Tour de France dhe plot 7 herë për Turin

e Shqipërisë.

Mbështetja e garave çiklistike është një aktivitet shumë i rëndësishëm për ŠKODA-n pasi themeluesit e brandit ŠKODA, Laurin dhe Klement e nisën biznesin e tyre duke ndërtuar biçikleta e më pas motoçikleta dhe makina. Është një histori që nisi 125 vjet përpara me biçikletën dhe asnjëherë nuk është harruar por është ngulitur thellë në kulturën e brandit. Përkrah sponsorizimeve të aktiviteteve kryesore të çiklistikës Škoda mbështet dhe barazinë gjinore në këtë sport. Shëmbulli më i mirë është themelimi i ŠKODA DSI Cycling Academy që i ofron çiklisteve femra mundësi për eksperiencë të vyera në saj të sponsorizimeve të ŠKODA-s dhe mentoreve me famë të Akademisë.

Këtë vit Federata Shqiptare e Çiklizmit organizoi

për të 78 vit Turin e Shqipërisë por, për herë të parë ky eveniment i rëndësishëm është regjistruar në Unionin Ndërkombëtar të Çiklizmit "UCI". Në këtë tur garuan 9 skuadra profesionale të huaja dhe 3 ekipet shqiptare si Amore Vita Fanini (Ekipi Profesionistëve Shqiptar), ekipi i Apollonisë së Fierit dhe ekipi i Tiranës.

ŠKODA mbështeti Turin e Shqipërisë me dy ŠKODA Kodiak që shërbyen për drejtimin e garës në fillim dhe në mbyllje të autokolonës së çiklistevë si dhe gjashtë ŠKODA Fabia për mbështetjen teknike të secilit ekip, përfshirë këtu dhe 9 skuadra të huaja. Së shpejti ashtu si edhe në rastin e Tour de France Škoda do të vendosi si makina drejtuese të garës versionet e saj elektrike si ŠKODA ENYAQ iV e cila padyshim do ti shtoj bukurinë garës me cilësitë e saj sportive.



> Notwithstanding their great love for bicycles, which was the greatest luxury for an Albanian for 40 dictatorship years, few Albanians know that Albania has a very intriguing place in the history of cycling sports federations in the world. As few other trends that barely affect Albania, the sport of cycling is an exception. The Albanian Cycling Federation was the third one to be founded throughout the world, having been preceded only by France and Italy. Not a bad rank for a small country aspiring to compare to global giants.

Though two places ahead in the seniority ranking, the Tour de France has had 108 editions so far; however, what makes similar both these tours, besides the participants' desire for victory, is the immense support these activities receive from ŠKODA as a race sponsor. It has supported 18 times the Tour de France, and 7 times the

Tour of Albania.

Supporting cycling races is a very important activity for ŠKODA, as the founders of the ŠKODA brand, Laurin and Klement began their business by building first bicycles and then motorcycles and cars. This story begun 125 years ago with the bicycle and it has never been forgotten, but it has been deeply embedded in the brand's culture. Next to sponsoring cycling main activities, ŠKODA also supports gender equality in this sport. The best example is the foundation of ŠKODA DSI Cycling Academy that provides the female cyclists with the opportunity for priceless experience, thanks to ŠKODA sponsorship and the Academy's most famous mentors.

This year, the Albanian Cycling Federation organized the Tour of Albania for the 78th year,

but it was the first time for this important event to be registered in the International Cycling Union [Union Cycliste Internationale (UCI)]. 9 foreign professional teams competed at this tour and 3 Albanian teams, such as Amore Vita Fanini (Albanian Professionals Team), the team of Apollonia of Fier and the Tirana team.

ŠKODA supported the Tour of Albania with two ŠKODA Kodiaks that served to guide the race riding at the head and the rear of the cyclist convoy and six ŠKODA Fabia for the technical support of each team, including 9 foreign teams. As in the case of the Tour de France, ŠKODA will soon provide its electric versions as guiding cars for the race, such as ŠKODA ENYAQ iV, which will undoubtedly add beauty to the race with its sportive qualities.

Ish-konkurentja e Big Brother Sara Berisha prezanton makinën e saj të preferuar!

Sezoni veror ka nisur dhe të gjithë janë përfshirë në "gjuetinë" e ditëve dhe momenteve të duhura, bashkë me mjetet më të përshtatshme për t'ju larguar zhurmave të qytetit, të nxehtit të asfaltit dhe kondicionerëve të zyrave, drejt valëve të detit apo shtigjeve të freskëta të maleve.

Sara Berisha, blogerja e famshme dhe ish pjesëmarrësja e edicionit të fundit Big Brother VIP ka realizuar arratisjen më të ëmbël drejt jugut të vendit.

Në një video të publikuar së fundmi në kanalet e saj, blogerja e famshme shfaqet duke shijuar

kohën e saj në Dhërmi, ndërsa drejton një nga modelet më të fundit të Volkswagen: Volkswagen T-Roc.

Stili unik i Sara Berishës dhe hijeshia e natyrës së asaj zone shfaqen në harmoni të plotë me dizajnin elegant dhe qetësinë që ofron ky model, në çdo terren.

T-Roc përfaqëson një gjeneratë të re SUV nga Volkswagen, të cilat kanë integruar komoditetin urban me forcën e një off-road, duke ofruar edhe opsionin 4x4.

Lehtësirat e shumta teknologjike dhe dizajni i kuruar ndihen në të gjitha momentet apo mjediset që Sara, ambasadorja e T-Roc në Shqipëri, ka zgjedhur të vizitojë dhe të ndajë me ne.

Ish anëtarja VIP e shtëpisë më të famshme në Shqipëri, e cila shquhet për zgjedhjet e duhura në modë, duket se nuk gabon as në zgjedhjet e transportit. Ftesa e saj për të shijuar një verë ndryshe me Volkswagen T-Roc vjen në momentin e duhur për shumë entuziastë të të jetuarit dhe të pushuarit të vërtetë; atij me stil dhe rehati.



Former Big Brother contestant, Sara Berisha, presents her favorite car!

The summer season has begun and everyone is being involved in hunting for the right days and moments, with the most adequate vehicles as well to escape the city's noise, the asphalt's heat and the offices air conditioned, toward the waves of the sea or the cool mountain trails.

Sara Berisha, the well-known blogger and former participant in the last Big Brother VIP edition, has realized the sweetest escape toward the south of the country.

In a video recently published in her channels, the famous blogger is seen enjoying her

time in Dhërmi, while driving one of the latest Volkswagen models: Volkswagen T-Roc.

The unique style of Sara Berisha and the gracefulness of the region natural beauties are in full harmony with the elegant design and the serenity provided by this model in any kind of terrain.

T-Roc represents a new SUV generation by Volkswagen, which integrate the urban commodity with the power of an off-road, providing the 4x4 feature as well.

The many technological facilities and the curated design are felt in every moment or environment that Sara, the ambassador of T-Roc in Albania, has chosen to visit and share with us.

The former VIP member of the most famous house in Albania, well-known for her adequate fashion choices, seems to make never any mistake with her transportation choices. Her invitation to enjoy a special summer with Volkswagen T-Roc comes at the right moment for many enthusiasts for the real living and recreation - one with style and comfort.

Lojra, argëtim dhe ndërgjegjësim për të vegjëlit nga Škoda Albania në kampin veror të Klea Hutas.

Games, recreation and awareness for the children in the summer camp of Klea Huta by Skoda Albania.

Për të dytin vit radhazi, marka e njohur e makinave Skoda Albania mbështet kampin veror për të vegjël të organizuar nga këngëtarja e njohur, Klea Huta. Gjatë këtij kampi, pjesëmarrësit e vegjël mbushin orët e tyre me kohë cilësore duke u angazhuar në lojra, aktivitete artistike dhe punë në grupe.

Këtë vit, Skoda Albania vendosi që mbështetjen e saj për Kampin Veror nga Klea Huta ta ofrojë nëpërmjet lojrave, dhuratave të ndryshme si fletore arti, jelekë fosforeshentë dhe, më e rëndësishmja, sesione edukimi mbi sigurinë në rrugë, sjelljen brenda në makinë dhe tema të tjera të cilat lidhen me botën magjike të makinave.

Dhuratat u pritën me shumë entuziazëm nga të vegjëlit të cilët pa humbur kohë nisën të ngjyrosnin dhe të krijonin figurat e tyre artistike. Ndërkohë edhe sesionet edukuese u pritën me mjaft kureshtje, ku madje interesim të lartë pati edhe nga prindërit.

Kampi veror priti edhe pjesëtarë të Kryqit të Kuq Shqiptar dhe përfaqësues nga Drejtoria e Përgjithshme e Transportit Rrugor në Shqipëri, të cilët gjithashtu informuan të vegjëlit për sigurinë në rrugë dhe situatat aksidentale, ku ndihma e parë është vendimtare për të shpëtuar jetë.

Prej disa kohësh tashmë, skuadrat e shtëpisë së madhe së Porsche Albania, ku bën pjesë edhe

marka Skoda, kanë zgjedhur të ndërgjegjësojnë publikun për tema me rëndësi si transporti elektrik apo sigura në rrugë, deri në moshat e vogla.

Në këtë edicion të dytë të bashkëpunimit me Kampin Veror nga Klea Huta, përfaqësues të Skoda Albania shprehen mjaft të kënaqur prej reagimit të shfaqur nga të vegjëlit për tema me rëndësi jetike, duke shtuar edhe më shumë bindjen se edukimi informal dhe gjatë gjithë vitit është një nga format më efikase të të edukuarit të brezave që vijnë me njohuritë e duhura në fusha të rëndësishme siç është transporti i sigurt dhe industria automotive.



For the second year in a row, the well-known car brand, Skoda Albania, support the summer camp for children organized by the popular singer, Klea Huta. The children have a good time for the camp duration participating in games, art projects, and group activities.

This year, Skoda Albania decided to support the Klea Huta Summer Camp with games, different gifts like art notebooks and fluorescent vests, and—most importantly—educational sessions on driving safety, in-car behavior, and other subjects relating to the fascinating world of cars.

The gifts were welcomed enthusiastically by the

children that lost no time in beginning to create and color their artistic figures. In the meantime, the educating sessions were attended with much attention, not only by the children, but by the parents as well.

Additionally, the summer camp hosted representatives from the General Directorate of Road Transport in Albania and members of the Albanian Red Cross who spoke to the kids about road safety and accident scenarios where first aid is essential to save lives.

The big house of Porsche Albania, which includes the Skoda brand as well, has been educating for

some time the public on significant issues, such as electric transportation or road safety, starting from the young age.

Representatives of Skoda Albania express their satisfaction with the children's responses to critically important topics in this second edition of the partnership with Klea Huta's Summer Camp, reaffirming their conviction that informal education throughout the year is one of the most effective ways to provide future generations with the knowledge they need in important fields like safe transportation and the automotive industry.

Privilegje jo vetëm për të rejat

Privileges are not only granted to new cars

Nëse do t'ju thonim që mund të blini një makinë të re me çmimin e një makine të përdorur, nuk do t'ju thonim të vërtetën. Por, privilegjin e eksperiencës së blerjes së një makine të re, me shërbimin cilësor të klientit, në një salloni makinash modern dhe me qetësinë e garancisë mund ta shijoni tashme edhe kur bleni një makinë të përdorur - një makinë që ndihet dhe punon si e re!

Këtë privilegj e gjeni tanimë tek Das WeltAuto në Porsche Albania. Inaguruar globalisht në vitin 2010 nga Grupi Volkswagen, Das WeltAuto sjell një gamë të gjerë brandesh makinash të përdorura të Grupit Volkswagen (Volkswagen, Audi, Seat, Skoda) por edhe brande të tjera, me garancitë maksimale për blerjen tuaj.

Brandi Das WeltAuto është dizenuar për të dhënë të njëjtin nivel eksperience që merr një klient që blen makinë të re dhe atij që blen një makinë të përdorur. Si një brand global, Das WeltAuto ju sjell eksperiencën më të mirë gjermane me procedurat e standartizuara të Volkswagen Grup me zgjidhje sistematike të shërbimeve pas shitjes.

If we told you that you can buy a new car for the price of a used car, we would not be telling you the truth. But you can now enjoy the privilege of buying a new car, with quality client service, a modern car showroom and the peace of mind of a warranty even when buying a used car - a car that feels and runs like new!

You can now have that privilege at Das WeltAuto at Porsche Albania. Launched globally in 2010 by Volkswagen Group, Das WeltAuto brings a wide range of car brands of the Volkswagen Group (Volkswagen, Audi, Seat, Skoda), as well as other brands with the maximum guarantee for your purchase.

Das WeltAuto brand was designed to provide the same experience for a client who buys a new car and a client who buys a used car. As a global brand, Das WeltAuto brings you the best German experience with the standardized procedures of the Volkswagen Group with systematic post-sale service solutions.

Duke qenë brandi i vetëm i një prodhuesi makinash që operon në tregun e makinave të përdorura, Das WeltAuto ka mundësinë për të sjellë çmime konkurruese dhe shërbimin më të mirë pas shitjes për klientet.

Çdo makinë që shitet në Das WeltAuto kalon nëpërmjet një procesi kontrolli rigoroz nga teknikët e trajnuar dhe të autorizuar të Porsche Albania që pasohen nga higjienizimi, riparimet dhe servisi me pjesë origjinale përpara se të aprovohet si një makinë në shitje nga Das WeltAuto. Blerësit pajisen dhe me një certifikatë cilësie dhe garancie për kilometrat dhe historikun e shërbimeve. Për klientet potencial kjo do të thotë që kur ju blini nga Das WeltAuto ju përfitoni sigurinë që makina që keni blerë ka marrë kujdesin e duhur.

Për ti mundësuar klientëve një proces përmbyllës, Das WeltAuto ofron financim të plotë si dhe siguracion. Për të shkuar më tej Das WeltAuto kryen gjithashtu edhe vlerësimin e makinës egzistuese të klientit për një mundësi tërheqëse "trade-in".

Being the only car manufacturer that operates in the used cars market, Das WeltAuto has the opportunity to bring competitive prices and quality post-sale services for clients.

Every car sold at Das WeltAuto goes through a strict control process from trained and authorized technicians of Porsche Albania, followed by sanitization, repair and service with original parts before it is approved as a car for sale by Das WeltAuto. Buyers are also provided with a quality certificate and warranty for the kilometers and service history. For potential clients this means that when you buy from Das WeltAuto, you are guaranteed that the car you purchased has received the proper care.

To provide clients with a conclusive process, Das WeltAuto provides full funding, as well as insurance. Further on, Das WeltAuto also assesses the existing car of the client for an appealing "trade in" opportunity.

Alongside the opening of the Das WeltAuto

Së bashku me hapjen e salloni të Das WeltAuto është hapur edhe faqja online www.dasweltauto.al. Klientëve që vizitojnë faqen ju jepet mundësia të zgjedhin makinën e tyre të preferuar duke përcaktuar modelin dhe çmimin referues si dhe duke parë katalogun fotografik për secilën makinë. Kjo e bën atë praktikisht vendin më të mirë për të kërkuar për një makinë të përdorur.

Dedikimi i Das WeltAuto ndaj cilësisë nuk mbaron në momentin që blihet makina. Një garanci 12 mujore aplikohet për çdo makinë të shitur në mënyrë që çdo blerës makine të ndihet i sigurt në integritetin e makinës që blen.

Ndjesia e besimit tek makina juaj që garantohet nga blerja tek një brand ndërkombëtar i besuar, me shërbime mbështetëse pas shitjes, është një pjesë shumë e rëndësishme e eksperiencës së blerjes së një makine. Fatmirësisht, tanimë këto privilegje mund ti përfitojnë edhe blerësit e makinave të përdorura, vetëm tek Das WeltAuto.

showroom, an online webpage was also set up www.dasweltauto.al. The clients who visit the website are given the opportunity to choose their favorite car by determining the model and the reference price and consulting the photo catalogue for each car. This makes it the best place to look for a used car.

Das WeltAuto commitment to quality does not end the moment the car is purchased. A 12-year warranty is applied for every car sold, so that each buyer feels safe about the integrity of the car they purchase.

The feeling of confidence in your car that is guaranteed from purchasing from a trusted international brand, with post-sale support services, is a very important part of the experience of purchasing a car. Fortunately, buyers of used cars can now benefit from these privileges, only at Das WeltAuto.

Më lehtë se kaq nuk bëhet.

Bli, shit ose shkëmbe makina të përdorura
www.dasweltauto.al

Das WeltAuto.

Makina të përdorura të garantuara



PORSCHE
ALBANIA

Porsche Albania shpalos të ardhmen në “Automotive Fair Albania”!

Porsche Albania unfolds the future in “Automotive Fair Albania”!



Gjatë datave 17 – 19 qershor, Ministria e Shtetit për Mbrojtjen e Sipërmarrjes në bashkëpunim me Drejtorinë e Përgjithshme të Shërbimeve të Transportit Rrugor dhe Ministrinë e Infrastrukturës dhe Energjisë organizuan “Automotive Fair Albania”.

Ky panair u trajtua si një vitrinë rajonale për sipërmarrjet më novatore në trojet shqipfolëse dhe një urë ndërlidhëse midis të gjithë operatorëve dhe aktorëve të industrisë së automobilizimit, duke ofruar mundësi të reja investimi në këtë industri, promovim dhe ngritje rrjetesh bashkëpunimi.

Një nga koncesionarët më në zë në Shqipëri e shfrytëzoi këtë panair për të sjellë një vizion më të guximshëm. Për Porsche Albania kjo ngjarje ishte një mundësi fantastike për të sjellë në mënyrë të sintetizuar, përballë një audience të larmishme, vizionin e tyre të së ardhmes: transportin elektrik!

Nën konceptin “Unbox the future – The Future is Electric” skuadrat e Porsche Albania shfaqën në seri jo vetëm modelet elektrike nga markat e tyre më premium, por edhe investimet e vazhdueshme që ata kanë ndërmarrë, për ta digjitalizuar të gjithë përvojën e klientëve nga shitja deri te mirëmbajtja e makinave nëpërmjet aplikacionit “Makina Ime”. Ky aplikacion së fundmi është shndërrar edhe në “shtepinë” e nismës që shpëton jetë “Heronj në timon”. Kjo nismë shpërblen shoferët e kujdesshëm dhe penalizon sjelljet e rrezikshme, si përdorimi i telefonit në timon.

Skoda Enyaq dhe Volkswagen ID5 ishin disa nga modelet elektrike që Porsche Albania zgjodhi për të vizualizuar të ardhmen që ata propozojnë dhe standardet në të cilat ftojnë të gjitha politikat zhvilluese qendrore dhe private për t'u referuar.

Për ta bërë edhe më të prekshëm transportin elektrik për audiencën e interesuar, qofshin ata edhe të segmentit premium, Porsche Albania ishte prezente me Audi e-tron, i cili tashmë është futur në tregun shqiptar dhe është e ardhmja që po ndodh në rrugët tona.

Përveç Porsche Albania, në këtë panair sa të munguar, po aq dhe historik ishte e pranishme edhe Porsche Leasing, si një institucion financiar i cili e mundëson të ardhmen elektrike, brenda kushteve më të favorshme të buxheteve të së tashmes.

Gjithashtu, digjitalizimi mbetet një shtyllë mbështetëse për këtë vizion, duke ofruar aplikacionin “Makina Ime” si një model suksesi, i cili fare lehtë mund të shërbejë si standard themelor i të ardhmes së të gjithë industrisë automotive.



During June 17-19, the State Ministry for Protection of Enterprise, in cooperation with the General Directorate of Road Transport Services and the Ministry of Infrastructure and Energy organized "Automotive Fair Albania".

This fair was used as a regional display for innovative enterprises in the Albanian-speaking lands and as a connecting bridge between all the automotive industry operators and actors, providing new investment possibilities in this industry, promotion and raising cooperation networks.

One of the most well-known concessionaires in Albania used this fair to bring a more daring vision. For Porsche Albania, this event was a wonderful possibility to synthesize, in front of a diverse audience, their vision of the future:

electric transport!

Under the concept "Unbox the future - The future is Electric" the Porsche Albania teams displayed a series of electric models, starting with their more premium brands, and also the continuous investment undertaken by them to digitalize all the customer experience from sale to car maintenance through the "My car" application. This application has been transformed into the "home" of the "Heroes behind the steering wheel" initiative that saves lives. This initiative recompenses the careful drivers and penalizes dangerous habits, such as using the cellphone while driving.

Skoda Enyaq and Volkswagen ID5 were among the electric models chosen by Porsche Albania to visualize the future proposed by the them and the standards to which they invite all the central

and private developing policies to refer to.

To make the electric transportation more tangible to the interested audience, even those belonging to the premium segment, Porsche Albania was present with Audi e-tron, which has already penetrated the Albanian market and it is already the future in our roads.

Besides Porsche Albania, Porsche Leasing was also present in this historical and missed fair, as a financial institution that provides for an electric future, adapting to the best conditions of the current budgets.

Digitalization continues to remain a supporting pillar to this vision, providing the "My Car" application as a success model, which can easily serve as a fundamental standard to the future of the automotive industry.



Porsche Albania, përvoja shqiptare e të ardhmes automotive!

Porsche Albania, the Albanian experience of the automotive future!

Shqipëria është një vend ku jehona e progresit ka patur nuanca të ndryshme, veçanërisht në sferat e mobilitetit dhe transportit.

Tipike për një shoqëri në tranzicion dhe me zhvillim të debatueshëm, transporti ka qenë i vetmi tregues objektiv me të cilin shoqëria shqiptare ka komunikuar dhe projektuar nevojat e saj.

Gjuha dhe sjellja e lidhur me transportin ka qenë përherë pjesë e çdo tryeze shqiptare: familjare, institucionale, politike dhe ekspertizash vendimmarrjeje.

Kjo gjuhë dhe sjellje është pasuruar rregullisht me modele dhe vizione nga një ndërmarrje frymëzuese njerëzore dhe biznesi; nga Porsche Albania.

Ky koncesionar është shtëpia e madhe e markave me ikonike të industrisë automotive, si: Volkswagen, Audi, Škoda, Seat.

Nga Volkswagen Beetle i revolucioneve kulturore në gjeneratën futuristike të Audi e-Tron GT, ky koncesionar ka udhëzuar shoqërinë shqiptare drejt zgjedhjeve më efektive dhe më të përparuara automotive në botë.

Performanca e këtyre markave dhe modeleve

të tyre ka prekur rregullisht majat e vlerësimeve më rigorozë botërore duke fituar çmime të panumërta. Vetëm në vitin e fundit Audi u vlerësua me 3 çmime: punëdhënësi më i mirë në botë nga Top Employer Institute, Çmimi "Otto Heinemann" si më të mirët në ofrimin e një mjedisi pune të kujdesshëm ndaj punonjësve të saj dhe modeli i saj më i fundit Audi e-Tron GT fitoi Çmimin "Golden Steering Wheel" si makina më e bukur e vitit 2021.

Nga ana tjetër Volkswagen dhe revolucionin i saj elektrik ka njohur menjëherë fitoret e para në rang ndërkombëtar. Platforma e saj elektrike ka fituar çmimin prestigjioz të Universitetit Teknologjik të Vienës dhe modeli i saj më i fundit Volkswagen ID 3 është shpallur modeli më i mirë i vitit 2021.

Ky model u prezantua edhe në tregun shqiptar nga Porsche Albania duke përmbushur edhe një herë misionin e saj për mundësimin e të ardhmes, pa humbur asnjë hap ndërkombëtarisht.

Vlerësime ndërkombëtare kanë marrë edhe dy markat e tjera të këtij koncesionari si Škoda dhe Seat.

Kështu, ndër shumë çmime, Škoda Enyaq IV është vlerësuar me Çmimin "Golden Steering Wheel" si makina më e mirë SUV elektrike dhe së bashku me Škoda Fabia e re, ato janë konsideruar nga "EURO Ncap" si makinat më të

mirat për klasat e tyre, për 2021.

Po këtë vit, Seat është vlerësuar nga Çmimet Gala "Autobest" si blerja më e mirë evropiane e vitit.

Kjo vitrinë çmimesh ndërkombëtare është një nga standardet me të cilat operojnë skuadrat e Porsche Albania. Së fundmi, ata gjenden në pararojë edhe të transformimit të infrastrukturës aktuale të transportit shqiptar në atë të transportit elektrik.

Fillimi i vitit 2022 e ka gjetur Porsche Albania me "motorët e ndezur" drejt digjitalizimit duke zgjeruar bashkëpunimet ndërkombëtare, si iniciativat e përbashkëta nëpërmjet aplikacionit të tyre "Makina Ime".

Ndërkohë, shtuar Volkswagen, marka Audi këtë vit shndërrohet në një platformë tjetër 100% elektrike me modele, si të dala nga imagjinatat më të pasura të inxhinierisë dhe sigurisë, të cilat shumë shpejt do të jenë pjesë e tregut shqiptar.

Të gjitha këto qasje ndërlidhen brenda vizionit madhor të Porsche Albania për të vazhduar ofrimin e kapaciteteve të saj njerëzore, teknologjike dhe ekspertizën ndërkombëtare në shërbim të shoqërisë shqiptare, për të mos humbur asnjë takim me historinë dhe asnjë sfidë drejt të ardhmes.

Albania is a country where the echo of progress has had different shades, especially in the spheres of mobility and transport.

The primary objective indicator used by Albanian society to convey and project its requirements has been transportation, as is common for a society in transition and with dubious progress.

The terminology and conduct related to transport have always been part of every Albanian table: family, institutional, political, and decision-making expertise.

This language and behavior are regularly enriched with models and visions from an inspiring human and business enterprise: Porsche Albania.

The most recognizable brands in the automobile sector are represented by this concessionaire, including: Volkswagen, Audi, Škoda, Seat.

This concessionaire has guided the Albanian society toward the most efficient and cutting-edge automotive options in the world, from the Volkswagen Beetle of cultural revolutions to the futuristic generation of the Audi e-Tron GT.

These products and models consistently

outperformed the competition in the most demanding tests, winning innumerable awards. Audi received three awards in the last year alone: the best employer in the world by the Top Employer Institute; the "Otto Heinemann" Award as the best at providing a caring working environment to its employees; and the "Golden Steering Wheel" Award for the most gorgeous car of 2021 for its most recent model, the Audi e-Tron GT.

On the other hand, Volkswagen and the electric car revolution quickly acknowledged the initial successes in the worldwide sphere. The Volkswagen ID 3 was named the best model of 2021, and its electric platform has received a prestigious award from the Vienna University of Technology.

Porsche Albania introduced this model to the Albanian market as well, continuing to uphold the company's mission to enable the future without skipping a single step internationally.

Škoda and Seat, the concessionaire's other two brands, have also been praised internationally.

Among many accolades, the Škoda Enyaq IV was awarded the "Golden Steering Wheel" Award as the best electric SUV car, and it was named by "EURO NCAP" as the best car in its

class for 2021, along with the new Škoda Fabia.

The "Autobest" Gala Awards named Seat as the best European purchase of the year in the same year.

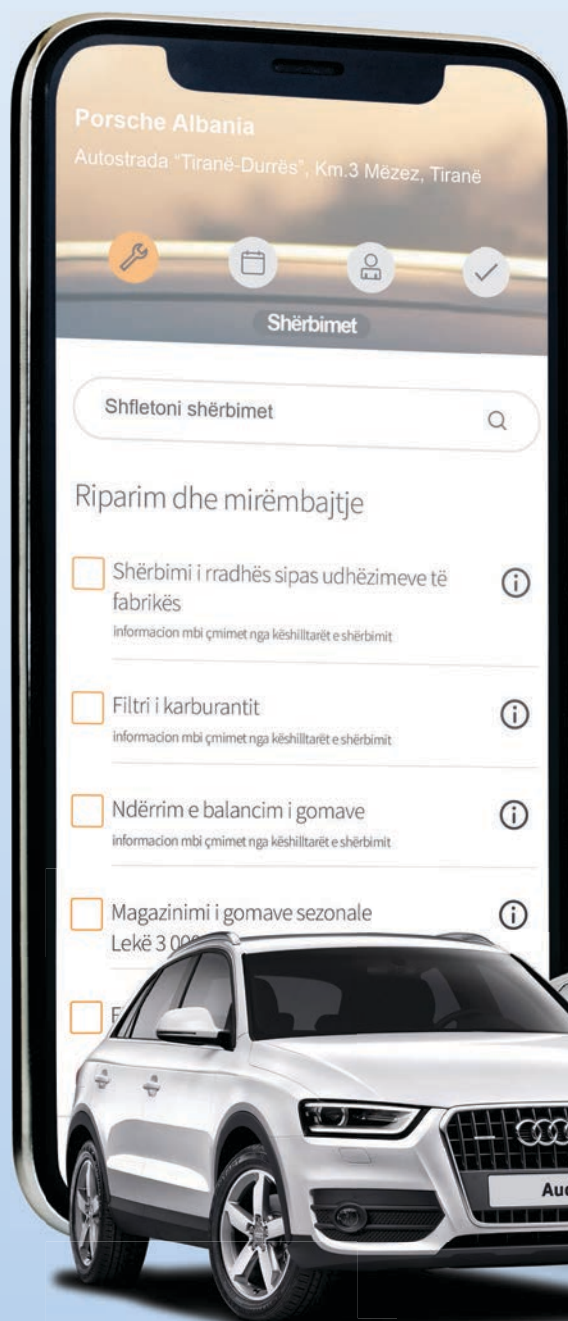
This showcase of international awards is one of the standards by which the Porsche Albania teams operate. Last but not least, they are leading the way to transform Albania's existing transportation system to an electric infrastructure.

Porsche Albania is pushing forward with "engines on" toward digitalization at the beginning of 2022 by expanding cross-sector partnerships, such as joint initiatives through their "My Car" application.

In the meantime, with the addition of Volkswagen, the Audi brand this year is being transformed into another 100% electric platform with models that seem to have come straight out of the most creative engineering and safety ideas, which will soon be available on the Albanian market.

All of these approaches are interconnected within Porsche Albania's larger vision of continuing to offer its human, technological, and international expertise to the Albanian society in order to not miss any encounter with history or any challenge to the future.

PORSCHE
ALBANIA



Rezervo online kurse kohën tënde!

Për herë të parë në shqipëri
nga Porsche Albania



REZERVO TANI





Nëse do ta shihnim botën përreth nesh përmes lenteve të kanaleve dhe mjeteve të shumta të informacionit, do të shihnim luftë, mbetjet e pandemisë, ilegalitet dhe kriminalitet të një niveli të panjohur më parë, mashtrime me monedha virtuale, sulme hackerash, lajme të rreme, dhe temat e përsëritura të shteteve në rënie ose në një situatë të rrezikshme për sa i përket ligjit dhe rregullit, grushte shteti dhe revolucione dhe krime të tjera që ndonjëherë kryhen me një sofistikim dhe kompleksitet të paprecedent në një mjedis që po bëhet përherë e më shumë, sa kompleks, aq dhe i paqëndrueshëm. Gabimet njerëzore dhe aksidentet, së bashku me rreziqet dhe fatkeqësitë natyrore, bëjnë gjithashtu të vetën.

Në këtë kontekst, punëdhënësit kanë gjithmonë e më shumë përgjegjësi për t'u kujdesur për punonjësit e tyre, ndërsa detyrat e sigurimit zakonisht të ndërruara nga qeveria po u kalojnë gradualisht, ose pritet që të përmbushen nga bota e korporatave.

Si pasojë, për organizata si Porche Holding, që e vë zhvillimin e qëndrueshëm në krye të modelit të vet të biznesit, dhe që i qëndron me ngulm angazhimit për mbrojtjen e mjedisit, përgjegjësinë sociale dhe vendin e sigurit të punës, sigurimi i korporatës duhet të planifikohet në mënyrë strategjike nëse është si qëllim mbrojtja me sukses e interesave të biznesit, punonjësve, pronave, mjedisit dhe reputacionit të vet.

Me këtë qëllim në mendje, Porche Holding ka hartuar dhe përsosur ndër vite, politika dhe procedura që janë të detyrueshme për të gjitha shoqëritë e saj në mbarë botën. Shoqëritë e Porche Holding duhet të zbatojnë përputhshmërinë e sigurimit, pra të jenë në përputhje me rregullat, masat dhe metodologjitë e grupit, si dhe me kërkesat ligjore e statutores në tregjet përkatëse, me qëllim që siguria dhe sigurimi të garantohen në çdo moment.

Porche Albania, si një degë në pronësi të plotë të Holding, nuk përbën përjashtim. Politika e Grupit Nr. 13, "Për Menaxhimin e Sigurimit", e sapo miratuar, dhe të gjitha rregullat që rrjedhin prej saj, përfaqësojnë një etapë të rëndësishme

në përsosjen dhe konsolidimin e Menaxhimit të Sigurimit në Porche Albania. Njëpërmjet Politikës së re dhe rregulloreve që rrjedhin prej saj, Porche Albania ka reformuar organizimin e vet të sigurimit duke përcaktuar masa të cilat bazohen në analiza të riskut, në standarde minimale të sigurimit, në manualin e sigurimit dhe në metodologjitë e hartuara nga Porche Holding Salzburg, dhe Grupi Volkswagen.

Synimi i menaxhimit të reformuar të sigurimit është identifikimi sistematik i risqeve që përbëjnë kërcënim për Porche Albania dhe që mund të kenë ndikim mbi punonjësit, mjedisin, pronat, ose reputacionin e shoqërisë. Ajo përcakton një proces të strukturuar për identifikimin e riskut, vlerësimin e tij, kontrollin e brendshëm, rimëkëmbjen pas incidenteve dhe ofron një proces për përmirësimin e vazhdueshëm të sigurimit në Porche Albania dhe reduktimin e riskut sa më shumë të jetë e mundur.

Njëpërmjet përcaktimit të qartë të përgjegjëseve dhe detyrave, si dhe masave teknike dhe organizative për ruajtjen e sigurimit në shoqëri dhe në të gjitha pikat e veta në Shqipëri, Sigurimi i PHS Grup dhe organizata e sigurimit në Porche Albania menaxhojnë në bashkërendim fushat strategjike të sigurimit, si sigurimin e godinave, menaxhimin e emergjencave dhe krizave, sigurimin gjatë udhëtimit, mbrojtjen nga zjarri, ekspertizën, dhe mbrojtjen e prototipave, etj.

Për sa u përket temave, situatave dhe projekteve që lidhen me Porche Albania, Sigurimi i Korporatës i Porche Holding merr përsipër përgjegjësinë për menaxhimin teknik sipas rastit ose sipas projektit dhe, në veçanti, në fushat e menaxhimit të emergjencave dhe krizave, mbrojtjes personale dhe të aktiviteteve, mbrojtjes së dijeshme dhe çështjet e teknikave shkencore të hetimit.

Sa i përket përpjekjeve për parandalimin e krimit kundër korporatës në shoqërinë tonë në Shqipëri, ndërgjegjësimi është faktori më i rëndësishëm që vëmë në punë. Ne ofrojmë trajnim të rregullt mbi pikat e dobëta kryesore dhe pasojat e sjelljeve të pandershme dhe të korruptuara. Departamenti i Përputhshmërisë na mbështet në këtë fushë duke organizuar

fushata që synojnë të parandalojnë incidentet, dhe ndodhitë diskutohen gjithmonë me departamentet e prekura njëpërmjet një analize që synon të korrigjojë të gjitha problematikat.

Gjithashtu, me qëllim përmirësimin e menaxhimit të sigurisë në nivel Shoqërie dhe Grupi, është vënë në funksion një sistem uniform raportimi për të gjithë grupin. Porche Albania i jep informacion të konsoliduar organizatës botërore të sigurimit dhe në këtë mënyrë të gjithë menaxherët e sigurisë dhe sigurimit janë të përditësuar dhe mund të zbatojnë e diskutojnë masa parandaluese që menaxherët e tjerë i kanë zbatuar në shoqëritë e tyre. Ky koncept raportimi është hartuar gjatë një shumë vitesh dhe është jashtëzakonisht efikas.

Edhe shoqëritë e jashtme të sigurimit luajnë rol të rëndësishëm në menaxhimin e sigurimit të Porche Albania. Kështu, përzgjedhja e shoqërisë së duhur të sigurimit është qëllimisht një proces kompleks, të cilin mundohemi vazhdimisht ta standardizojmë dhe përmirësojmë. Në raste të veçanta, puna nga afër me autoritetet qeveritare, përfshirë policinë dhe shërbimin zjarrfikës, është element i pashmangshëm, të cilin mundohemi ta harmonizojmë me qëllim sigurimin e zgjidhjeve të shpejta ndaj kërcënimeve urgjente.

Megjithatë, është e rëndësishme që i gjithë stafi të tregojë përkushtimin e vet për zbatimin me sukses të kërkesave të sigurimit dhe që të kemi mundësi t'i përdorim ato me efikasitet. Ekipi drejtues i Porche Albania merr përsipër një rol të qartë drejtues në menaxhimin e sigurimit dhe pret të njëjtën gjë nga punonjësit e vet.

Mbrojtja e integritetit të jetës, pronave, pronësisë intelektuale dhe mjedisit ndaj akteve të mashtrimit dhe të paautorizuara, gabimit njerëzor, zjarrit dhe ngjarjeve natyrore është mënyra se si ecim përpara. Duhet dhe do të jemi gjithmonë të përgatitur. Kujdesi është në thelb të punës sonë dhe "thelbi i fatit të mirë"

Av. Den Minxhozi

Menaxher i Departamentit Ligjor & Pajtueshmërisë
Oficeri për Mbrojtjen e të Dhënave, Porsche Albania

Menaxhimi i Sigurimit në Porsche Albania

Security Management at Porsche Albania

If we were to look at the world around us today through the lenses of abundant information mediums and channels, we would see war, remnants of the pandemic, illegality and criminality on an entirely new level, virtual currency scams, hacker attacks, fake news, and the repeated themes of failed states or states with a precarious law and order, coups and revolutions, radicalisation, bomb explosions, and other crimes sometimes perpetrated with unprecedented complexity and sophistication in an environment that is growing as much complex and unstable. Human error and accidents together with natural hazards and disasters do not lag behind either.

Against this background, employers are increasingly responsible for taking care of their employees as security tasks traditionally undertaken by the government are gradually being transferred to or expected to be discharged by the corporate world.

Consequently, for organizations like Porsche Holding that places sustainable development on top of their business model, and maintains a steadfast commitment to environmental protection, social responsibility and a safe workplace, corporate security must be strategically planned if it is to successfully protect its business interests, employees, assets, the environment, and its reputation.

With this aim in view, Porsche Holding has designed and refined over the years policies and procedures that are a must for all its companies throughout the world. Porsche Holding companies are required to adhere to security compliance, i.e., conformity to group rules, measures and methodologies and statutory legal requirements in the respective markets, to ensure that safety and security are always guaranteed.

Porsche Albania, as a fully owned subsidiary of the Holding, is no exception. The newly approved Group Policy no. 13 "On Security Management" and all its subordinate regulations

represents a milestone in the course of refining and consolidating Security Management at Porsche Albania. Through the new Policy and subordinate regulations, Porsche Albania updated its security organization by setting up measures that are based on risk analysis, minimum security standards, security manuals and methodologies developed by Porsche Holding Salzburg and the Volkswagen Group.

The aim of the revamped security management is to systematically identify risks that pose a threat to Porsche Albania and could affect employees, the environment, assets, or the company's reputation. It provides a structured process for risk identification, risk assessment, internal controls, recovery after incidents, and offers a process for continuously improving the security of Porsche Albania and reduce risks to a minimum.

Through a clear definition of responsibilities and tasks as well technical and organisational measures to maintain security in the company in all its locations in Albania, PHS Group Security and Porsche Albania security organization manage in concert the strategic security areas, such as building security, emergency and crisis management, travel security, fire protection, expertise, and prototype protection, etc.

For Porsche Albania-relevant topics, situations or projects, Porsche Holding's Corporate Security takes on responsibility for the technical management on a case or project basis and in particular in the areas of emergency and crisis management, personal and event protection, know-how protection and forensics.

As regards prevention efforts against corporate crime at our company in Albania, the most important factor we employ is awareness. We regularly provide training on key vulnerabilities and on the consequences of dishonest or corrupt behaviour. The Compliance department supports us in this area by running campaigns aimed at preventing incidents and occurrences are always discussed with the affected departments for a

thorough analysis that aims to rectify any issues.

Also, to continuously improve security management at the Company and at Group level, a uniform intra-group reporting system is put in place. Porsche Albania feeds consolidated information into the global security organisation and in this way all safety and security managers are kept up-to-date and can implement or discuss preventive measures that others in other countries have applied within their own companies. This reporting concept has been developed over many years and it is extremely effective.

External security companies also play an important role for the security management at Porsche Albania. Thus, choosing the right security company is purposefully a complex process that we are continuously working to standardise and improve. In special cases, working closely with the government authorities, including the police and fire brigade, is an inevitability that we try streamline to ensure speedy solutions to urgent threats.

However, to implement security requirements successfully and be able to effectively use them it is important that all staff demonstrate their commitment. The management of Porsche Albania takes on a clear leadership role in the management of security and expects the same from its employees.

Protecting the integrity of life, assets, intellectual property, and the environment, against fraudulent and unauthorized acts, human error, fire and natural events is our way forward. We must and will always be prepared. Diligence is the name of the game and, as they say, the mother of good fortune.

Av. Den Minxhozi,
Compliance Officer, General Counsel,
Data Protection Officer, Porsche Albania



NE FINANCOJMË LËVIZSHMËRINË TUAJ

PORSCHELEASING.AL

Me Porsche Leasing , mund të keni makinën e ëndrrave tuaja, duke përshtatur këstin mujor sipas mundësive tuaja dhe të keni të gjithë fleksibilitetin që ju duhet, në kostot e mirëmbajtjes dhe të sigurimit të automjetit.

Për të vendosur për një ofertë financimi të përshtatshme me Porsche Leasing, kontaktoni me ekspertët e Volkswagen, AUDI, SKODA, SEAT , Volkswagen Makina Tregtare , DasWeltauto.

Porsche Leasing Shpk

Autostrada Tiranë-Durrës

Km.7, Rr.Monun

Tiranë

Albania

Tel: +355 (04) 450 08 28

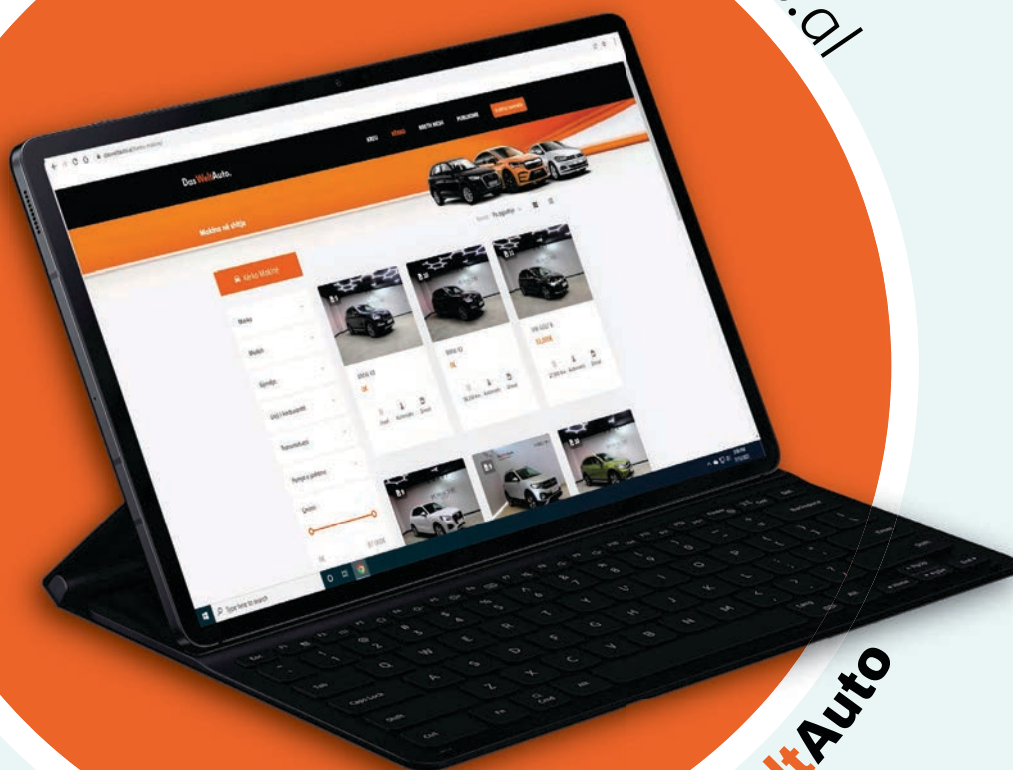
E-mail: info@porscheleasing.al



PORSCHE
LEASING

**Tani
zgjidhe
online.**

www.dasweltauto.al



Bli, shit ose shkëmbe makina në **Das WeltAuto**

PORSCHE
ALBANIA

Das WeltAuto.
Makina të përdorura të garantuara