# Drive

PORSCHE
ALBANIA

12/20

# ID.3

## Veri-Jug me një karikim

08 **KAMIQ si ti** *Friens like you*

12 **15 vjet Porsche Albania** *15 years Porsche Albania*

20 **40 vjet quattro** *40 years quattro*

# Përmbajtja

## *Content*


**KAMIQ si ti**
*Friends like you*
08

**Zbulohet "misteri" i makinave të kamufluara**
*The "mystery" of camouflaged cars*
10

**15 Vjet Porsche Albania**
*15 years Porsche Albania*
12

**ID.3**
14

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 ju lutem na kontaktoni në 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

**Përse një makinë elektrike?**
*The 'whys' of electric cars?*
16

**Kalaja e Tiranës**
*Tirana Castle*
18

**40 Vjet quattro**
*40 years quattro*
20

**Giveaway**
23

**Cupra formentor**
25

**Gentian Bushati**
Drejtor i përgjithshëm Porsche Albania
*General Manager Porsche Albania*

# 15 vite histori!
## Rrugëtimi vazhdon...

Kanë kaluar 15 vite nga momenti i parë që Porsche Albania, pjesë e Porsche Holding, pjesë e familjes së madhe Volkswagen Group, nisi rrugëtimin në tregun automotiv shqiptar si e vetmja kompani ndërkombëtare në treg.

Ishte viti 2005, kur Porsche Albania hyri në treg fillimisht me vetëm dy marka, Seat dhe Audi. Të dyja këto marka vinin për herë të parë zyrtarisht në Shqipëri. Ky moment shënoi gurin e parë kilometrik, për të vazhduar më tej ndër vite me marrjen e eksluzivitetit të markës ŠKODA, Volkswagen makina tregëtare dhe prej vitit 2012 të Volkswagen makina për pasagjerë. 5 marka prestigjoze nën një emër, Porsche Albania.

Në vitin 2013, portofolit të shërbimeve në Porsche Albania iu bashkua me shërbimet e saj financiare, kompania simotër, Porsche Leasing. Një tjetër moment kyç që pozicionoi Porsche Albanian si kompaninë e vetme në Shqipëri që ofron modelin e biznesit "One Stop Shop".

Me mbi 7 milionë euro të investuara deri më sot, ambicja që vjen si rrjedhojë e zhvillimit të tregut dhe kërkesës së konsumatorëve, na bën të rendim më tej drejt pasurimit të portofolit të markave tona në të ardhmen e afërt.

Me rreth 10,000 makina të shitura, mbi 100,000 urdhëra puna dhe më shumë se 32,000 klientë në këto 15 vite me markat Audi, Seat, Volkswagen makina tregtare, Volkswagen makina pasagjerësh si dhe markën Dasweltauto për makinat e përdorura, Porsche Albania është padyshim ndër kompanitë lider në tregun automotiv në Shqipëri.

Një tjetër element shumë i rëndësishëm është investimi në rritjen profesionale të skuadrës tonë. Janë me mijëra orë trajnime për stafin e shitjes dhe servisit, që kanë bërë të mundur një shërbim të shkëlqyer ndaj klientëve dhe partnerëve, duke na diferencuar në treg dhe duke ndikuar në nxitjen e konkurrencës në cilësinë e shërbimit.

Në vitin 2005 nisëm rrugëtimin tonë me një skuadër të vogël prej 12 vetash dhe sot kemi pjesë të ekipit tonë 73 punonjës profesionistë. Një vlerë e padiskutueshme është balancimi gjinor ku 40 % e drejtuesve të departamenteve në kompani janë femra. Një tjetër aspekt i rëndësishëm është ofrimi i mundësive për praktika të punës për studentë dhe nxënës të shkollave mësimore, gjithashtu dhe punësimi i profesionistëve të rinj të motivuar dhe të fokusuar në kryerjen me profesionalizëm dhe me përgjegjshmëri ligjore dhe shoqërore të detyrave në çdo department.

Këto shifra na bëjnë që të jemi krenar dhe të jemi një nga kompanitë më të sukseshme të tregun automotiv në Shqipëri në këto 15 vite histori!

Sfidat, që këto 15 vite kanë sjellë përballë skuadrës së Porsche Albania, kanë qenë të shumta, por po aq edhe zgjidhjet që janë gjetur, gjë që ka bërë të mundur rritjen e vlerësimeve nga klientët tanë përsa i përket cilësisë së marrjes së shërbimeve si nga sektori i shitjeve ashtu edhe i servisit.

Ndër vite, kemi prezantuar në treg me dhjetra modele të markave tona, shpesh me evente dhe qasje që përbënin risi në tregun automotiv duke sjellë në këtë mënyrë në Shqipëri një frymë ndërkombëtare që shpejt u përqafua edhe nga kompani të tjera në tregun tonë.

Markat ŠKODA dhe Volkswagen makina për pasagjerë, janë të listuara në 3 pozicionet e para në tregun automotiv në Shqipëri. Ndërkohë, Volkswagen makina tregtare vazhdon të udhëheqë në këtë segment të tregut (referuar deri në vitin 2019).

Makinat elektrike dhe hibride, digjitalizimi, kërkesa për oferta të personalizuara, zhvillimi dhe hyrësit e rinj në tregun premium të makinave si dhe ndërgjegjësimi për një ambjent më të pastër, kanë qenë shtysa dhe motivi që Porsche Albania t'u përgjigjet me shpejtësi dhe përgjegjësi të gjithë këtyre ndryshimeve.

Jemi krenarë që Porsche Albania ka prezantuar e para në Shqipëri, në vitin 2016 makinat elektrike me markën Volkswagen e-Golf, si dhe ato hibride siç është Passat GTE. Sot, 4 vite më pas, me rritjen e numrit të makinave elektrike të shitura, Porsche Albania ka dhënë kontributin e saj në reduktimin e CO2 dhe uljen e ndotjes mjedisore si një anagazhim global që na përket të gjithëve.

Digjitalizimi në Porsche Albania ka qenë i hershëm si në aspektin e shitjes dhe atë të pas shitjes. Gjithashtu në rrejtet sociale dhe në faqet tona janë më shumë se 285,000 ndjekës aktiv, një angazhim që na çoi në hapin tjetër të suksesshëm për kompaninë tonë, zhvillimin dhe prezantimin e aplikacionit revolucionar për industrinë automotive në Shqipëri, aplikacioni "Makina Ime". Ky aplikacion sot njeh më shumë se 52,000 shkarkime dhe më shumë se 25,000 të rregjistruar, ky aplikacion është "shoferi juaj në kohë digjitale" dhe për ne në Porsche Albania ka për qëllim të jetë partneri juaj i lëvizshmërisë.

Shembulli që Porsche Albania jep për një konkurencë të ndershme dhe në përputhshmëri me të gjitha normat dhe ligjet në fuqi, jep një garanci më shumë në rritjen e besueshmërisë te klientët tanë, një shëmbull ky që është vlerësuar edhe nga partnerët tanë në biznes.

Viti 2019 u mbyll me ngjarjen tragjike atë të tërmetit në nëntor, ku shumë jetë u humbën tragjikisht, mijëra shtëpi u rrafshuan duke e bërë kështu 26 nëntorin një prej ditëve më të trishta për kombin tonë. Si një kompani e cila i jep rëndësi përgjegjësisë sociale, Porsche Albania u gjend pranë shqipëtarëve edhe në ato ditë të vështira dhe së bashku me kompaninë simotër Porsche Leasing, kontribuam me disa mijëra euro në fondin e rindërtimit të banesave të dëmtuara.

Ndërkohë që ky përvjetor i 15-të i yni erdhi ashtu siç askush nga ne nuk e kish imagjinuar, me një virus të panjohur. Pandemia COVID-19 sprovoi shumë familjen shqiptare si në çdo vend të botës, në mënyrën më ekstreme, atë të kërcënimit të jetëve dhe shëndetit publik. Kjo pandemi solli edhe një sfidë tjetër më shumë në thellimin e vështirësive ekonomike për shumë individë, biznese dhe sektorë ekonomik.

Në një normalitet të ri, të panjohur më parë, Porsche Albania vedosi në fokusin kryesor mirëqenien dhe shëndetin e punonjësve, vlerën më të madhe të kompanisë, si dhe klientët tanë, duke marrë masa organizative dhe logjistike në funksion të këtij qëllimi.

Ja dolem me sukses të ruanim kolegët tanë pavarësisht vështirësive dhe të panjohurës që koha na vendosi përpara. Garantuam vazhdueshmërinë e biznesit duke integruar zgjidhje dhe alternativa bashkëkohore në komunikimin e aktiviteteve tona, optimizuam kostot dhe i qëndruam gjithmonë pranë dhe besnik partnerëve tanë, pa ndërprerë shërbimin dhe duke iu përgjigjur nevojave të klientëve në çdo moment.

Sot, në përvjetorin e 15-të, Porsche Albania i shpreh nderimin më të sinqertë të gjithë klientëve dhe partnerëve të biznesit. Një falenderim shumë i madh shkon për të gjithë skuadrën e Porsche Albania që me mençuri, profesionalizëm dhe sakrificë ka arritur të mbajë në majat më të larta biznesin e kompanisë tonë, Porsche Albania.

Anganzhimi ynë për të ardhmen është të vazhdojmë të jemi inovatorë në ide, veprime dhe në model biznesi, për t'i sjellë partnerëve tanë gjithmonë shërbim sa më të shpejtë e cilësor, mbi baza besimi reciprok, integriteti dhe profesionalizmi gjithnjë e në rritje.
Porsche Albania do të jetë partneri juaj në Lëvizshmëri!

Gjej rastin, t'ju uroj ju dhe familjeve tuaja Gëzuar Festat e fundvitit dhe një vit të ri sa më të mbarë!

# 15 years of history!
# The journey goes on ...

It has been 15 years since Porsche Albania, part of Porsche Holding and Volkswagen Group family, started its journey in the Albanian automotive market as the only international company.

It was 2005 when Porsche Albania entered the market, initially with only two brands: Seat and Audi. Both for the first time in Albania. This moment was the first milestone followed, over the years, by the acquisition of ŠKODA exclusivity, Volkswagen commercial vehicles and, from 2012, Volkswagen passenger cars. 5 prestigious brands under one name - Porsche Albania.

In 2013, the service portfolio in Porsche Albania was enlarged by including, in terms of financial services, its sister company, Porsche Leasing. Another moment that positioned Porsche Albanian as the only company in Albania offering the “One Stop Shop” business model. With over 7 million Euros invested so far, the ambition that comes with market developments and, consumer demand, make us running faster toward enriching our brand portfolio for the near future.

With around 10,000 cars sold, over 100,000 work orders and more than 32,000 customers acquired in these 15 years through the Audi, Seat, Volkswagen commercial vehicles, Volkswagen passenger cars and, Dasweltauto used cars, Porsche Albania is definitely one of the leading companies in the automotive market in Albania.

Another essential component has been investing in the professional growth of our team. We count thousands of hours of training for the sales and services staff, leading to excellent services provided for our customers and partners, which differentiate us in the market and influence the promotion of competition in terms of service quality.

In 2005, we started our journey with a small team of 12 people whereas today, we count 73 professional employees. An indisputable value is the gender balance, with 40% of the company’s heads of departments being females. Another important aspect is the provision of internship opportunities for students of universities and vocational schools, as well as the employment of motivated young professionals, committed to high-level performance and observance of law and social responsibilities, at all departments.

These figures make us proud and one of the most successful companies in the automotive market in Albania in these 15 years of history!

The challenges Porsche Albania team has dealt with these 15 years have been numerous, as were the respective solutions generated, enabling an increase in appreciation from our customers in terms of the quality of services received by the sales’ and services’ sectors.

Over the years, we have introduced dozens of models of our brands to the market, often through events and approaches innovative to the automotive market, thus bringing to Albania an international spirit quickly embraced by other companies in our market.

ŠKODA and Volkswagen passenger cars are listed in the first 3 positions in the Albanian automotive market. In the meanwhile, Volkswagen commercial vehicles continue leading this market segment (as of 2019).

Electric and hybrid cars, digitalization, demand for personalized offers, development and the new entries in the premium car market, as well as awareness on a cleaner environment, have been the impetus and motivation behind Porsche Albania quick and responsible adaptation to all these changes.

We at Porsche Albania are proud to having introduced in 2016, for the first time in Albania, Volkswagen e-Golf electric cars, as well as hybrid ones, such as Passat GTE. Today, 4 years later, through the increase in the number of electric cars sold, Porsche Albania continues contributing to the reduction of CO2 levels and of environmental pollution in general, in the name of the global commitment affecting all of us.

Digitalization at Porsche Albania has been anticipative, both in terms of sales and the aftermath. More than 285,000 persons are active members and followers of our social network and media, a commitment inspiring us to the next successful step: the development and presentation of a revolutionary application for the automotive industry in Albania - “My Car” App. As of today, the application recognizes more than 52,000 downloads and more than 25,000 persons registered. It is “your driver in digital time” and we, at Porsche Albania, wish at becoming your mobility partner.

The model that Porsche Albania is setting for fair competition and pursuant to all norms and laws in force, provides an added guarantee in increasing the credibility toward our customers, a model highly appreciated by our business partners.

2019 ended with the tragic November earthquake, whereby many lives were tragically lost to us and thousands of homes were destroyed, turning November 26 to one of the saddest days for our nation. As a company that attaches great importance to social responsibility, Porsche Albania was close than ever to the Albanians, even in those difficult days and, together with its sister company Porsche Leasing, we contributed with several thousand euros to the fund for the reconstruction of the damaged homes.

This 15th anniversary came, instead, as none of us had ever imagined: brining by an unknown virus. COVID-19 pandemic greatly tested the Albanian households, as in any other country in the world, in the most extreme way, by threatening our lives and public health. This pandemic posed one more challenge: widening the financial hardship for many individuals, businesses and economic sectors.

In this new normality, previously unknown to all of us, Porsche Albania’s greatest wealth, its employees’ and customers’ well-being and health, were in the spotlight, taking organizational and logistical measures in its view.

We managed to successfully keep our colleagues despite the difficulties and the unknown that time put in front of us. We guaranteed business continuity by integrating contemporary solutions and alternatives in the communication of our activities, optimized the costs and always stayed by and loyal to our partners, without discontinuing our services and responding to the needs of our customers anytime.

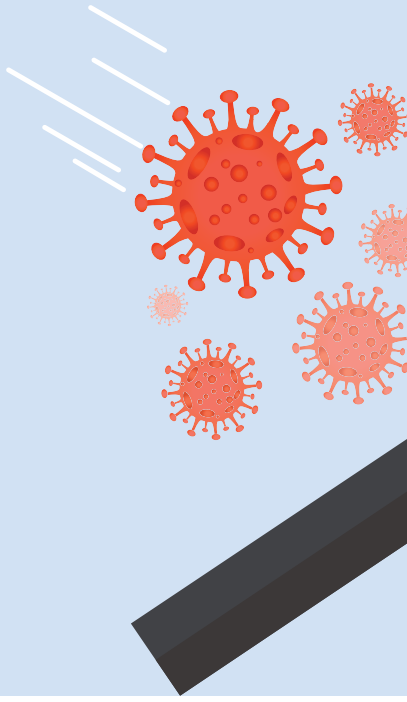
Today, in its 15th anniversary, Porsche Albania expresses its most sincere reverence to all customers and business partners. A very big thank you goes to the entire Porsche Albania team that with wisdom, professionalism and sacrifice, has managed to keep the business of Porsche Albania at the highest peaks.

Our commitment to the future is moving forward with innovative ideas, activities and our business model, always bringing to our partners the fastest and highest quality services, based on mutual trust, integrity and ever-growing professionalism.
Porsche Albania shall be your partner in Mobility!

I take this opportunity to wish you and your families Happy Holidays a prosperous new year!

# Marketingu: gjatë dhe pas pandemisë

## *Marketing: during and after the pandemic*



Koronavirusi e ka ndryshuar ndjeshëm peisazhin e marketingut, përtej normales. Buxhetet janë ngrirë. Eventet janë anuluar. Sjellja e konsumatorit ka ndryshuar. Ne, tregtarët, mezi po presim që bota të "kthehet në normalitet", por çfarë është normale? Edhe kur konsumatorët të rinisin blerjet, mund të ketë ndryshime rrënjësore në kategoritë e produkteve, segmentimin e tyre dhe pozicionimin e produkteve që do t'i mbijetojnë pandemisë.

Nuk është më sekret që jetojmë në një botë gjithnjë e më digjitale, dhe pandemia COIVID-19 e ka përshpejtuar këtë trend në mënyrë eksponenciale. Përpos kalimit të pjesës më të madhe të kohës në internet dhe në aplikacione, qëndrimet, sjelljet dhe zakonet e blerjes së konsumatorëve në internet kanë ndryshuar tashmë. Një nga sjelljet e reja të blerjes, që është zhvilluar gjatë këtij "normaliteti të ri", është që njerëzit po bëjnë më shumë blerje në internet. Duke qenë se lëvizja ishte e limituar dhe individët e interesuar nuk mund të vinin në sallonet tona për të provuar makinat, ne vendosëm që t'i çonim makinat pikërisht aty ku klientët tanë potencialë ndodheshin: në shtëpi. Fushata e "Test Drive from home" ishte një nga praktikat që ndoqëm.

Me uljen e buxheteve të marketingut, ne na është dashur të ri konceptojmë strategjitë tona të shitjes dhe mbajtjes së klientit. Në këtë periudhë, një reklamë e shtrenjtë në televizion, pa ndonjë ndikim të gjurmuar, nuk është më një opsion. Në vend të kësaj, ne po i drejtohemi kanaleve më pak tradicionale por më të efektshme; siç janë partneritetet, programet e referimit dhe kryesisht projektet argetuese. Keshtu lindi edhe ideja qe modelin e ri te Skoda, i cili quhet Kamiq ta prezantonim nëpërmjet një kënge të dedikuar dhe krijuar enkas për të. Donim të sillnim diçka ndryshe, dhe realizuam njç kënge për makinën në bashkëpunim me ambasadorin e markës, producentin Elgit Doda. Kënga e quajtur "Ka miq si ti" me melodinë verore dhe një tekst kaq afër përditshmërisë tonë, i dha ngjyra markës Skoda. Po kaq kreative ishte dhe prezantimi i Skoda Octavia në misionin kamouflazh. Dy makina u veshën me letër kamouflazh 360 gradë dhe dolën nëpër qytetet më të mëdha të vendit në një mision undercover. Javën e fundit kryen test drive-e duke pyetur të interesuarit se cila do të ishte kjo makinë, dhe vetëm besnikët e markës Skoda mundën ta dallonin. Kjo krijoji shumë zhurmë si në kanalet online por edhe në rrugët ku kalononin makinat duke rrëmbyer vëmendjen e audincës në të gjitha format.

Gjatë kohës së karantinës, duke ditur që ndjekësit kishin më shumë kohë në duar, vumë re se markat tona kishin një audiencë më të lartë. Mediat tona sociale janë ndjekur në këtë periudhë nga më shumë njerëz se kurrë.

Ky ishte treguesi i parë i cili na shtyu që të mos i pezullojmë prezantimet e modeleve të reja nga markat tona. Përkundrazi, po përshtateshim duke praktikuar prezantime online, live të makinave të reja, dhe kjo për ne është bërë tashmë krejt normale. Deri më tani, kemi prezantuar në këtë format dy makina tepër të rëndësishme për ne, Audi S8 dhe Volkswagen ID.3. Kjo formë digjitale prezantimi, e cila u aplikua për herë të parë në vend nga Porsche Albania, rezultoi të kishte një audience live 80% më të lartë se një event tradicional. Kjo risi në treg erdhi në emër të digjitalizimit dhe sigurisë së njëri-tjetrit.

Duke marrë parasysh ndikimin ekonomik të kësaj krize dhe faktin që nuk e dimë se çfarë do të sjellë e ardhmja, ne vendosem të ri konceptojmë strategjinë tonë afatgjatë. Dhe në strategjinë tonë të re të marketingut, gjatë dhe pas pandemisë, do të përqendrohemi në përdorimin e përmbajtjeve që krijojnë lidhje të fuqishme përmes internetit duke e humanizuar markën.

Gati çdo reklamë këto kohë fillon me një hyrje të zakonshme me muzikë të lehtë dhe të pasuar me fraza si "në këto kohë të pa precedent" apo "ne jemi këtu për ty", pra me pakëz ndryshim nga njëra tjetra, por të gjitha mbeten njësoj. Njerëzit janë lodhur me to. Kështu, ne, kemi vendosur që të dalim në mediat sociale dhe te flasim hapur dhe me sinqeritet me audiencën tonë. Sa më shpejt të përqafojmë realitetin e që po përjeton audienca jonë, aq më të suksesshëm do të jemi në përgjithësi, veçanërisht në mediat sociale.

Ne po ndërtojmë audienca besnike dhe si për çdo markë, kjo besnikëri do të paguajë në terma afatgjatë. Një shembull që do të donim ta ndanim me ju është Giveaway i 15 vjetorit. Për të festuar këtë përvjetor Porsche Albania dhuroi një Skoda Fabia nëpërmjet një shorteu i cili u mbajt në datën 15 dhjetor. Fituesi u zgjodh nga audienca e aplikacionit "Makina Ime" i cili prej 2 vitesh është një nga projektet më të rëndësishme të kompanise tonë. Kjo mënyrë shpërblimi bëri që një nga 26,000 përdoruesit e aplikacionit të fitonte këtë makinë.

Ndërsa askush nuk e di se si do të duken konturet e sakta të normales tjetër, një gjë është e sigurt: konsumatorët do t'i kthehen tregut. Mund të ndodhë po aq shpejt sa ndodhi edhe karantina. Kjo është arsyeja pse për ne është kritike që ta mbajmë marketingun të gjallë në këtë moment – duke qenë të gatshëm të takohemi me konsumatorët në çdo formë apo moment.

The coronavirus has significantly changed the marketing landscape beyond recognition. Budgets are frozen. Events are cancelled. Consumer behavior has changed. Us, marketers are anxiously awaiting the world to “return to normal,” but what does normal look like? Even when consumers start buying again, there may be radical changes in product categories, segmentation, and product positioning that will outlast the pandemic.

It’s no secret that we live in an increasingly digital world, but the COIVID-19 pandemic has accelerated this trend exponentially. In addition to spending more time online and in apps, consumers’ online attitudes, behaviors, and purchasing habits have already changed. One of the new buying behaviors that has developed during this “new normal” is that people are buying more online. Since movement was limited and interested individuals could not come to our showrooms to test our cars, we decided to bring the cars to them, where they were: at home. The “Test Drive from Home” campaign was one of the practices we applied.

With the slashing of marketing budgets, we have needed to redesign our sales and customer retention strategies. During these times a pricey TV commercial without any traceable effect is not anymore, an option. Instead, we are switching to less traditional but more effective channels such as partnerships, referral programs and entertaining projects. That is how the idea to launch the new Skoda Kamiq through a dedicated song created specifically for it, came to life. We wanted a different approach and produced a song for the car with the brand ambassador, the producer Elgit Doda. The song titled “Friends like you” with a summer beat and text so much alike our every day’s routine made the Skoda brand more colorful. The same creativity drove the presentation of Skoda Octavia in its camouflage mission. Two cars wrapped with camouflage all around drove the biggest cities of the country in an undercover mission. During the last week’s test drives the interested drivers were asked to find out what the test drive car was and only the Skoda brand loyal customers were able to find out. This created a wave of discussions in online channels and on the streets too grabbing the attention of the audience in all forms

During the quarantine, we noticed that our brands were receiving greater audiences as followers had more time to engage. Our social media have had the highest followers ever during this period.

This was the first indicator that encouraged us not to suspend the launch of new models of our brands. On the contrary, we were adapting by making online presentations, live launches and this has become quite normal for us now. We have, so far introduced in this format two very important cars for us, Audi S8 and Volkswagen ID.3. This digital form of introduction, which was first applied in the country from Porsche Albania, turned out to have a live audience 80% higher than a traditional event. This innovation in the market came in the name of digitalization and keeping each other safe.

Considering the economic impact of this crisis— and the fact that we don’t know what the future will bring, we decided to redesign our long-term strategy. In our new marketing strategies — during and after the pandemic — we will focus on using content that creates powerful online connections by humanizing our brand.

Almost all of the TV commercials right now have a generic intro of soft music followed by phrases such as "in these unprecedented times" and "we're here for you", slightly varying but yet remaining all the same. People are over it. That is why we have decided to communicating through social media talking openly and honestly with our audience. The faster we embrace the reality of what our audience is experiencing the more success we’ll be overall, especially on social media.

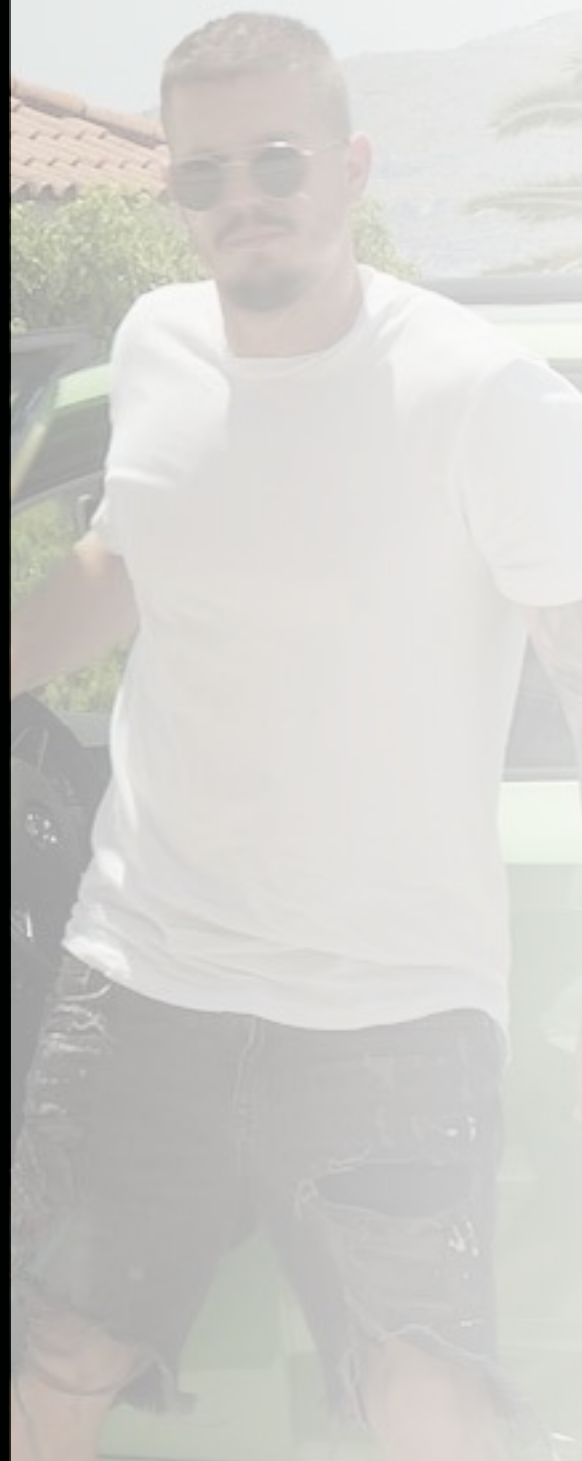
We are building loyal audiences and that loyalty will pay off long-term. An example we would like to share with you is the 15th Anniversary Giveaway. To celebrate this anniversary Porsche Albania gave away a Skoda Fabia through a lottery draw which was held on December 15th. The winner was chosen by the audience of the application "My Car" which has been one of the most important projects of our company for the last two years. This way of rewarding enabled one of the 26,000 users of the app to win this car.

While no one knows what the exact contours of the next normal will look like, one thing is certain: consumers will return to the market. It can happen as quickly as quarantine did. This is why it is critical for us to keep marketing alive for the moment – showing our will to meet customers in any form or moment.

# KAMIQ SI TI

“Në ŠKODA Marketing Summit 2020, ŠKODA Albania konkuroi me këtë klip teksa konkurenca vjen nga e gjithë bota ku ŠKODA tregtohet.
Midis gjithë aplikimeve, “Ka miq si ti” arriti të nominohej si një nga 5 praktikat më të mira për vitin 2020 në kategorinë “Best launch campaign”.

“At ŠKODA Marketing Summit 2020, ŠKODA Albania competed with this clip among competition from all countries in the world whereby ŠKODA is traded. Among all the applications, “Friends like you exist”, succeeded in being nominated as one of the 5 best 2020 practices in the category “Best launch campaign”.



Kush ka miq si Elgit Doda, do ta kuptojë shumë mirë këngën e tij të fundit. Tashmë e dimë që dedikimet në projektet muzikore e “vjedhin’’ më lehtë zemrën e publikut, ndaj “Ka Miq Si Ti” ka bërë që të gjithë t’i kthejnë sytë nga kjo risi.

Po, e lexuat mirë, e cilësojmë si risi, pasi për herë të parë në tregun shqiptar, një kompani zgjedh muzikën për të depërtuar në shijet e atyre që kërkojnë modernen dhe komoden në një të vetme. Prezanton modelin e ri të ŠKODA-s, emri i së cilës duket sikur është krijuar enkas për gjuhën tonë. KAMIQ (që shqiptohet Kamik) u kthye menjëherë në frymëzim dhe ide origjinale për të prezantuar këtë model përmes një kënge.

Protagonistët e klipit janë vetë Elgiti dhe ŠKODA, të cilët si dy miq shumë të ngushtë me njëri-tjetrin, përshkojnë të pandarë rrugë të ndryshme të Shqipërisë. Ky koncept nuk vjen më kot, pasi KAMIQ në gjuhën origjinale do të thotë “diçka që përshtatet në mënyrë perfekte”, njësoj si modeli i ri i ŠKODA-s, që i shkon aq shumë (në këtë rast) Elgitit. Partneritete të tilla do të vazhdojnë, për të sjellë një frymë unike në tregun vendas.

Por nuk mbaron gjithçka këtu. Në ŠKODA Marketing Summit 2020, ŠKODA Albania konkuroi me këtë klip teksa konkurenca vjen nga e gjithë bota ku ŠKODA tregtohet. Midis gjithë aplikimeve, “Ka miq si ti” arriti të nominohej si një nga 5 praktikat më të mira për vitin 2020 në kategorinë “Best launch campaign”.

Tashmë, e keni ju në dorë të keni miq të pa ndashëm në përditshmërinë tuaj. Siç thotë edhe Elgiti: “për çdo ditë e për çdo natë”, me KAMIQ do të ndiheni “shumë me fat”!

Those having a friend like Elgit Doda, will best understand his latest song. We already know that “dedications” through music projects “steal” the heart of the public much easily. This is why “Friends like you exist” has made everyone turn their eyes to this innovation.

Yes, you read it well: we consider it a novelty, because, for the first time in the Albanian market, a company chooses music to penetrate the tastes of those looking for the modern and the comfortable, all in one. It introduces the new ŠKODA model, whose name seems to have been created exclusively for our language. KAMIQ (pronounced Kamik), immediately turned to inspiration and to the original idea of introducing this model through a song.

The clip stars Elgiti and ŠKODA, which, as two very close friends, cross different roads of Albania. This concept is not in vain as KAMIQ, which, in the original language means “something that fits perfectly”, just like the new ŠKODA model, suits (in this case) Elgit. Such partnerships shall continue bringing a unique spirit to the domestic market.

This is not all. At ŠKODA Marketing Summit 2020, ŠKODA Albania competed with this clip among competition from all countries in the world whereby ŠKODA is traded. Among all the applications, “Friends like you exist”, succeeded in being nominated as one of the 5 best 2020 practices in the category “Best launch campaign”.

Now, it is up to you to acquire inseparable friends in your daily life. As Elgit says: “every day and every night”, with KAMIQ you will feel “alive”!

# Zbulohet “misteri” i makinave të kamufluara që qarkullonin në Shqipëri

# The “mystery” of camouflaged cars circulating in Albania is revealed

Në rrugët e Shqipërisë gjatë muajit korrik kanë qarkulluar dy makina me veshje të kamufluar, të cilat kanë tërhequr vëmendjen e të gjithë atyre që i kanë parë. Cilës markë i përkisnin dhe mbi të gjitha, kush ishte misioni i tyre sekret?

E gjitha kjo ka qenë pjesë e fushatës për të sjellë pranë shqiptarëve surprizën e verës, modelin e ri të ŠKODA Octavia. Prezantimi i këtij modeli erdhi tërësisht ndryshe nga ajo që keni parë çdo vit, me një strategji që e bëri ŠKODA-n e maskuar të jetë kryefjala e të apasionuarve pas makinave në çdo qytet. Gjatë gjithë korrikut kjo makinë lëvizi në rrugët kryesore të vendit, me formën dhe ngjyrën e veçantë të kamuflazhit, duke bërë që të gjithë të debatonin mbi modelin dhe markën e saj.

Nuk mundën ta zbulonin se çfarë ishin as pjesëmarrësit në test drive-t që u zhvilluan, brandimi total i makinave nga kompania e kishte bërë këtë sfidë tepër të vështirë. Megjithatë, përshtypjet e tyre e kishin një të përbashkët, vlerësimin maksimal të performancës së automjeteve. Ndërkohë, të pakët në numër ishin ata që dhanë përgjigjen e saktë në rrjetet sociale të Drive Channel për pyetjen: “Cilës marke i përket kjo makinë misterioze?”, duke hamendësuar për “Audi” të llojeve të ndryshme, KIA e madje dhe Tesla.

Kështu, misioni u përmbush me sukses! Erdhi momenti kur njerëzit donin të dinin patjetër se çfarë fshihej poshtë kamuflazhit dhe tani më në fund e kanë një përgjigje.

Modeli i ri i ikonës Octavia vjen krejt ndryshe nga modelet e mëparshme të ŠKODA-s. Me një design të ri modern, me më shumë elegancë dhe duke përfaqësuar teknologjinë e fundit në automobilizëm, ŠKODA Octavia premton shumë për shoferët shqiptarë.

During July, two disguised cars circulated around the streets of Albania, attracting all those whose eyes they caught. What is that brand and, most of all, what was their secret mission?

All of this was part of the campaign to introduce Albanians to a summer surprise: the new model of ŠKODA Octavia. The launch of this new model came completely differently from the previous years’, with a strategy that made the disguised ŠKODA cars the headline of car enthusiasts in every city. Throughout July, they navigated the main roads of the country, with the special shape and colour of the camouflage’s, causing everyone to debate over its model and brand.

Not even the participants in the test drives were able to figure out the whole thing; the total cars’ branding by the company had made this challenge extremely difficult. However, their impressions had one thing in common: the maximum rating of vehicle performance. Meanwhile, fewer were the ones who gave the correct answer on the social networks of Drive Channel as far as the question “What brand does this mysterious car belong to?”, was concerned.

The mission was thus successfully completed! The moment came when people definitely wanted to know what was hidden under the camouflage and now, they finally have an answer.

The new Octavia icon model comes in quite different from previous ŠKODA models. With a new modern design, with more elegance and, representing the latest car technology, ŠKODA Octavia promises a lot for Albanian drivers.

# 15 VJET NË PORSCHE ALBANIA

## *My 15 years at Porsche Albania!*

Nëse flasim për sukseset, vështirësitë, sfidat, risitë dhe historinë e rritjes së kompanisë gjatë këtyre 15 viteve, të gjitha kanë një emërues të përbashkët: njerëzit! Dhe këtë artikull po ja kushtojmë kolegëve të cilët vazhdojnë të japin kontributin e tyre prej 15 vitesh në kompani. Si e mbajnë mend ata fillimin e rrugëtimit në Porsche, si janë rritur dhe çfarë suksesesh janë gdhendur në rrugëtimin e tyre drejt 15 vjetorit. Janë 6 kolegë që marrin pjesë në këtë mini intervistë dhe ndajnë me ne një pjesë të historisë së tyre.

- **E mban mend ditën e parë të punës tek Porsche? Si ka qenë ajo?**

**Bledar Kozma** – 5 gusht 2005 – Menaxher i markës ŠKODA

Në fakt unë do doja të përmendja datën 30 gusht, ditën e parë të hapjes së sallonit të makinave për klientët, ditë e cila u pagëzua me shitjen e parë - një SEAT Altea.

**Arven Flamuraj** – 1 shtator 2005 – Mjeshtër Servisi

Une sapo isha larguar nga një tjetër kompani tregëtimi automjetesh dhe në ditën e parë të punës më kujtohet që jam suprizuar kur kam takuar ish-kolegun nga puna paraardhëse. Ne nuk e dinim që ishim larguar të dy për të ardhur tek Porsche.

**Engjell Mehmetaj** – 1 shtator 2005 – Menaxher i departamentit të Pjesëve të Këmbimit

Po, më kujtohet dita e parë, kur gjatë prezantimit takoj kolegët e rinj, mes tyre ishte edhe një fytyrë e njohur për mua, Arveni. Ne kishim punuar së bashku dhe me sa duket do të vazhdonim edhe për 15 vite të tjera.

- **Si ka ndryshuar puna jote në këto 15 vite?**

**Bledar Kozma**

Kam nisur pranë markës SEAT në vitin 2005 si asistent shitjeje, më pas kam mbuluar Volkswagen Makina Tregtare për 7 vite, dhe sot jam Brand Manaxher i ŠKODA prej vitit 2014. Pra jam po në të njëjtin profesion, por me më shumë eksperiencë dhe më shumë përgjegjësi ndaj ekipit tim.

**Ilirjan Milla** – 12 shtator 2005 - Asistent Logjistike

Përveç ndryshimit të punës në volum, detyra dhe përgjegjësi, për mua puna pranë Porsche Albania-s ka ndikuar edhe në rritjen time personale. Kur sot shoh ndryshimin nga 15 vite më parë, jam krenar për rrugën që kam bërë.

**Arven Flamuraj**

Para 15 vitesh ishte fillimi i një pune shumë të madhe, me shumë përgjegjësi dhe me shumë mund dhe falë kësaj jemi sot servisi lider në Shqipëri.

- **Cila ka qenë arritja/suksesi më i madh i yti në Porsche?**

**Ramis Aliaj** – 1 shtator 2005 – Motorrist

Arritja që kam dëshirë të përmend gjithmonë, ka qenë zgjidhja e problemit që kishte një prej makinave në servisin tonë. Ishte një makinë Audi A8, V12 për të cilin nuk po arrinim të gjenim zgjidhje. Falë punës në skuadër, informacionit që kolegët nga fabrika ofruan, si edhe falë eksperiencës personale, arrita të gjej zgjidhje dhe të riparoj automjetin.

**Engjell Mehmetaj**

Sukses për mua është çdo ditë realizimi i detyrave, ndjekja e projekteve dhe përmbushja e objektivave. Çdo hap që hedhim në departament është pjesë e suksesit dhe punës tonë.

- **Çfarë të pëlqen më shumë tek profesioni që ke?**

**Ervis Vogli** – 15 tetor 2005 – Përgjegjës për repartin e Bojës

Profesioni që kam, kërkon impenjim të lartë, me duhet të kem durim, vëmendje dhe përkushtim të madh për të arritur rezultatet e duhura. Puna që unë bëj më jep kënaqësi të madhe kur fitoj besimin e klientëve dhe dorëzoj automjetin si një "nuse e re" që shkon tek bashkëshorti.

**Ramis Aliaj**

Unë kam 20 vite eksperiencë si mekanik/motorist dhe ajo çfarë më bën të vij me kënaqësi në punë është zgjidhja e problemeve. Më pëlqen angazhimi, kujdesi, kontrolli dhe gjetja e zgjidhjes! Është kënaqësi t'i rikthesh makinën klientit në gjendje perfekte pune dhe të dëgjosh zhurmën e motorrit kur niset sërish.

- **Një histori që do doje të ndaje për 15 vjetorin e Porsche Albania-s?**

**Bledar Kozma**

Ne jemi një ekip shitje sa dinamik aq edhe i qëndrueshëm. Për mua është për t'u përmendur se si në momente të ndrysme të historisë së POAL, të gjithë kemi patur mundësinë të jemi kolegë të të njëjtës markë. Kolegët e mi, sot janë në markat e Volkswagen-it dhe Audit. Kjo e bën më natyrale bashkëpunimin mes nesh dhe të jep kënaqësi të jesh pjesë e të njëjtit ekip.

**Ervis Vogli**

Histori? Po të gjithë më njohin si Visi i Porsche-s dhe më pelqen ky emërtim përkatësie. Çfarë mund të them më shumë se kaq.

**Ilirjan Milla**

Më kujtohet dhjetori i vitit 2005, kur zhvilluam darkën e parë të fundvitit me kolegët e Porsche-s dhe nuk kemi qenë më shumë se 12 persona. Sot kur numeroj, kam 15 vite që jam pjesë e aktiviteteve dhe eventeve të kompanisë, dhe çdo vit jemi rritur si staf, ku sot për mua është kënaqësi të kem 73 kolegë për të kremtuar së bashku.

Në këto 15 vite të shkuara dhe në shumë të tjerë që do të vijnë, vëmendja do të jetë gjithmone tek njerëzit. Sepse njerezit kanë rëndësi! Kontributi, dëshira dhe bashkëpunimi janë elementët që e bëjnë rrugëtimin tonë të suksesshëm dhe dinamik.

Successes, difficulties, challenges, innovations and growth of the company during these 15 years, bear a common denominator: people! We are dedicating this article to colleagues who continue providing their contribution within the company for 15 years now. What do they remember from their beginnings at Porsche, how they matured and what success stories were carved into their journey towards this 15th anniversary?
There are 6 colleagues who participated in this mini-interview and shared part of their stories with us.

- **Memories from the first day of work at Porsche?**

**Bledar Kozma** – 5 August 2005 – ŠKODA Brand Manager

I would like to mention the date August 30th, the first day of opening the car showroom to customers, the day which was baptized with the first sale - a SEAT Altea.

**Arven Flamuraj** – 1 September 2005 – Service Master

I had just left another car dealership and on the first day of work, I remember being surprised as I met my former colleague from the previous job. We had no idea we had both left to join Porsche.

**Engjell Mehmetaj** – 1 September 2005 – Spare Parts Division Manager

Yes, I remember the first day. During the introduction, I met new colleagues and, among them, a familiar face: Arven. We had worked together and would continue for another 15 years.

- **Changes in your job the last 15 years?**

**Bledar Kozma**

I started with SEAT in 2005 as a sales assistant, then I covered Volkswagen Commercial Vehicles for 7 years, and since 2014, I am the Brand Manager at ŠKODA. Thus, I hold the same job profession, but now more experienced and more accountable toward my team.

**Ilirjan Milla** – 12 September 2005 – Logistics Assistant

Besides the changes in the work volume, tasks and responsibilities, working with Porsche Albania has also affected my personal growth. When I see the changes compared to 15 years ago to today, I am proud of the path I have taken.

**Arven Flamuraj**

15 years ago, it was the beginning of a great job, with a lot of responsibilities and a lot of efforts and, thanks to all this, today we are the leading service provider in Albania.

- **Your greatest achievement/success with Porsche?**

**Ramis Aliaj** – 1 September 2005 – Engine Mechanic

The achievement I always like to mention, has solved the isse with one of the cars in our workshop. It was an Audi A8, V12 car for which we could not find a solution. Thanks to the teamwork, information provided by colleagues from the factory and, my personal experience, I was able to find solutions and repair the vehicle.

**Engjell Mehmetaj** – Success to me is daily fulfilling my tasks, following on projects and meeting objectives. Every step we take in our division, is adding up to the success of our job.

- **The highlight of your job?**

**Ervis Vogli** – 15 October 2005 – Responsible for the Paint Division

My job requires high commitment: I have to be patient and pay attention and great dedication to achieve the proper results. Gaining the trust of your clients and handing over the vehicle as a "new bride" to her husband, inundates me with great pleasure.

**Ramis Aliaj**

It is 20 years now working as an engine mechanic and what makes me happy to come to work is solving problems. I love commitment, care, control and finding solutions! It is a pleasure to return the car to the customer in perfect working conditions and hearing the noise of the gears restarting.

- **A story you would like to share for the 15th anniversary of Porsche Albania?**

**Bledar Kozma**
We are a dynamic and stable sales team. To me it is worth mentioning how, at different moments in the history of POAL, we have all had the opportunity to be colleagues of the same brand. My colleagues today work for Volkswagen and Audi. This makes the cooperation between us more natural and gives us the pleasure of being part of the same team.

**Ervis Vogli**

A story? Everybody knows me as Visi from Porsche and I like the feeling of this connection. What more should I add?!

**Ilirjan Milla**

I remember December 2005 when we had our first year-end dinner with Porsche colleagues. We were no more than 12 people by then. Today, after 15 years with the company, with every activity and event, I have the pleasure to witness how we have grown by, counting 73 colleagues happy to celebrate together.

In these past 15 years and in many more to come, our key word shall remain: the people. Because people matter! Efforts, wish and cooperation remain the core elements making our journey successful and dynamic.

# ID.3

Të gjithë mund të japim një kontribut sado të madh apo të vogël në të mirën e planetit tonë!

We can all make a contribution, no matter how big or small it is, for the good of our planet!

Çdo vit e më shumë shtohen pyetjet mbi mjedisin, teknologjinë, hapësirën, mundësitë ekonomike dhe përgjigjet ndaj tyre mbeten skica të papërfunduara të së nesërmes. Volkswagen ka përmbledhur këto skica dhe i bëri realitet në mjetin elektrik të quajtur Volkswagen ID-3!

Volkswagen ID.3 u prezantua në shtator 2019 për herë të parë në Frankfurt Motor Show. Për shkak të situates së krijuar këtë vit, dorëzimet e para u shtynë për pak kohë për të filluar me Gjermaninë si shtetin e parë që mori në duar një ID.3 që prej muajit shtator.

ID.3 është makina e cila pak nga pak po revolucionarizon makinat elektrike dhe po i jep ngjyra tregut, me sa duket njësoj si paardhësit e saj Beetle dhe Golf. Ajo është një nga aktoret më të forta kur vjen puna tek makinat elektrike me një çmim ekonomik. Me një autonomi prej maksimalisht 540km, ajo është e aftë të kryejë pak nga pak të gjitha detyrat që kryen një makinë me djegie të brendshme. E thënë ndyrshe, me të mund të udhëtosh për shumë kilometra pa u shqetësuar nesë do mundësh a jo të mbërrish në destinacion, dhe ta karikosh përsëri për vetëm 25 minuta nga 2% në 60% për vetëm 25 minuta.

Rrugëtimi dhe elementët shtesë të këtij zhvillimi revolucionar transporti u shpalosën në eventin e organizuar nga Porsche Albania në profilet në Facebook dhe Instagram.

ID.3 është "sportive si një Golf, e madhe si një Passat, e lehtë për t'u komanduar si një UP! dhe e shpejtë si një Golf GTI" ashtu si edhe shprehet edhe Blendi Salaj dhe Armand Saliu në prezantimin e makinës.

Natyrshëm mund të lindi pyetja: "Sa ekonomike është kjo makinë?". Duke iu referuar çmimit aktual të energjisë elektrike për përdoruesit shtëpiak, 100 kilometra me ID.3 kushtojnë mesatarisht vetëm 150 lekë të reja.

Si përfaqësues zyrtar të Volkswagen për Shqipërinë, Volkswagen Albania është lidhja juaj më e afërt me një ID.3. Nëse keni vendosur që me të vërtetë doni të bëni një ndryshim dhe të emetoni 0g CO2 teksa udhëtoni, tani ju mund të bëni rezervimin për ID.3 tuaj.

Të gjithë mund të japim një kontribut sado të madh apo të vogël në të mirën e planetit tonë!

Every year, more and more questions arise on the environment, technology, space, economic opportunities while, the answers thereto, remain unfinished sketches of tomorrow.

Volkswagen has summarized these sketches and turned them into a reality through the electric vehicle called Volkswagen ID-3!

Volkswagen ID.3 was unveiled for the first time in September 2019 at Frankfurt Motor Show. Due to the pandemic situation occurring this year, the first deliveries were postponed for a while, starting with Germany, as the first country to receive an ID.3 since September.

ID.3 is the car which, little by little, is revolutionizing electric cars and bringing colours to the market, apparently just like its Beetle and Golf predecessors. When it comes to economic electric cars, it is one of the strongest actors. With a maximum range of 540 km, it is capable of performing, little by little, all the tasks performed by an internal combustion engine. In other words, with it, you can travel many kilometres without worrying about whether or not you will be able to get to your destination and, you will manage to charge it again, from 2% to 60%, in just 25 minutes.

The journey and additional elements of this revolutionary transport development were unveiled at the event organized by Porsche Albania on its Facebook and Instagram profiles.

ID.3 is “sporty as a Golf, big as a Passat, easy to command like an UP! and fast as a Golf GTI”, as Blendi Salaj and Armand Saliu would define the car during its presentation.

Naturally, the question arising could be: “How economical is this car?”. Referring to the current price of electricity for households, 100 kilometres with an ID.3 would cost, on average, only ALL 150.

As the official representative of Volkswagen for Albania, Volkswagen Albania is your closest link to an ID.3. If you have decided you really want to make a difference and emit 0g CO2 while traveling, you can now make a reservation for your ID.3.

We can all make a contribution, no matter how big or small it is, for the good of our planet!

# Përse një makinë elektrike?

**5 aspekte që duhen marrë në konsideratë nga perspektiva shqiptare**

Ka shume arsye përse makinat elektrike tashmë janë një zgjedhje logjike në tregun shqiptar, duke filluar nga ulja e normës së emetimit të gazrave, që automatikisht përkthehet në ajër më të pastër, e duke vijuar tek përfitimi financiar që vjen nga çmimi i ulët i energjisë elektrike krahasimisht me karburantet, apo kostot e mirëmbajtjes që janë maksimalisht të reduktuara. Gjithashtu edhe heqja e TVSH-së për të gjitha makinat elektrike të reja dhe vlera e rishitjes në rritje, kontribuojnë konsiderueshëm për ta kthyer përfundimisht peshoren në krah të kundërt të makinave me djegie të brendshme.

Por ka disa aspekte që duhen marrë në konsideratë nga ata që aktualisht ndodhen para dilemës së makinës së tyre të ardhshme. Më të rëndësishmet jam përpjekur t'i shpjegoj sa më thjeshtë në rradhët në vijim.

- **Autonomia**

Nuk është sekret që ankthi i autonomisë është një ndër arsyet kryesore të hezitimit për të blerë një makinë elektrike. Dhe realisht është diçka për të cilën duhet një ndryshim thelbësor në mënyrën e përdorimit të makinës. Lajmi i mirë është se gjenerata e re e makinave elektrike vjen me autonomi 300 – 550 km dhe kombinuar me distancat e shkurtra ndërqytetase në Shqipëri (rruga më e gjatë Shkodër - Sarandë është vetëm 352km), efikasiteti është shumë më i lartë krahasuar me vendet e mëdha të Europës Perëndimore. Ngelet për t'u vlerësuar vetëm se cila autonomi do zgjidhet, duke u bazuar tek përdorimi

- **Koha e gjatë e karikimit**

Një nga pikat e dobëta të makinave elektrike në krahasim me ato me djegie të brendshme, por jo e pa tejkalueshme. Jemi mësuar të mos qëndrojmë shumë gjatë në një pikë furnizimi me karburant dhe do donim që karikimi i makinës elektrike të mos na e ndryshonte këtë traditë. Ajo që vlen për t'u theksuar këtu është se pika e furnizimit për një makinë elektrike, mund të jetë kudo ku shkon energjia elektrike, në shtëpi, në punë, në qendrën tregtare ku bën pazaret, në lokalin ku do ndalosh për kafe ose për drekë, apo në hotelin ku shkon për fundjavë a me pushime. Kjo do të thotë që nuk është më e nevojshme të ndalosh për të furnizuar makinën, por të furnizohesh aty ku ndalon për të kaluar kohë ose për të pushuar. Gjë që na sjell tek pika e radhës...

- **Infrastruktura e karikimit**

Aktualisht në Shqipëri infrastruktura e karikimit është ende në hapat e para. Por gjërat po ecin! Gjithmonë e më shumë kompani po krijojnë infrastrukturën e tyre, shoqëruar edhe me panele diellore për përfitueshmëri më të lartë, për të mbuluar nevojat e tyre në furnizimin e makinave elektrike. Qendrat tregtare apo pikat e shërbimeve të ndryshme po investojnë në karikues për makina elektrike, në mënyrë që të ofrojnë një shërbim shtesë për klientët e tyre apo që të diversifikojnë portofolin e të ardhurave. Ndërtuesit po parashikojnë dalje të shumta energjie elektrike në parkingjet nëntokësore të pallateve të tyre. Edhe autoritetet publike e kanë kuptuar domosdoshmërinë e rrjetit kombëtar të karikuesve dhe projekti tashmë është në fazë fizibiliteti. Pikat tregtuese apo siç thuhet në zhargonin e përditshëm, koncesionarët e makinave elektrike e kanë me detyrim nga prodhuesi të kenë minimalisht një pikë karikimi të shpejtë në ambientet e tyre. Tek Volkswagen Tirana janë dy të tilla që mundësojnë karikimin e 80% të baterisë deri në 25 minuta.

- **Performanca**

Një nga paragjykimet e herëshme është mungesa e performancës. Makinat elektrike janë karakterizuar shpesh si të ngathëta dhe të mërzitshme në ngarje. Sugjerohet se para blerjes së një makine, të provohet ajo apo një e ngjashme me të, qoftë kjo elektrike apo jo. Ajo që mund të them me siguri për makinat elektrike është që do befasoheni! Mungesa totale e zhurmës nga motori dhe forca tërheqëse marramendëse, me plot kuptimin e fjalës, janë një eksperiencë ndryshe, që nuk duhet humbur. Pavarësisht limitimit të shpejtësisë për çështje efikasiteti, shpesh në 160km/h, përshpejtimi deri atje është mbresëlënës si në një makinë sportive.

- **Shërbimi**

Megjithëse makinat elektrike nuk kanë nevojë për shumë mirëmbajtje dhe gati një mijë pjesë të konsumueshme si rrip motorri, turbo, injektorë, pompë karburanti etj., janë konsideruar si të panevojshme nga prodhuesit, ashtu si asnjë send tjetër i përbërë nga pjesë të ndryshme, edhe makinat elektrike nuk janë të përjashtuara nga defektet e mundshme. Për këtë arsye është e domosdoshme përzgjedhja e një partneri të besueshëm dhe profesional. E drejta për të servisuar një makinë elektrike, kalon nëpër disa procese trajnimesh dhe përfitimi diturish që nuk mund të aksesohen nga kushdo. Riparimi i baterive kërkon nivel të lartë ekspertize. Dhe prodhuesit në këtë pikë janë shumë rigorozë, pasi për shkak të tensionit të lartë, mund të rrezikohet edhe jeta e personit që „fut duart" në makinë. Mekaniku i lagjes do dorëzohet me patjetër! Porsche Albania është e para kompani në Shqipëri që i ka plotësuar dhe tejkaluar standardet e prodhuesit, duke synuar të bëhet një qendër rajonale për riparimin e baterive të makinave elektrike

# The 'whys' of electric cars?

**5 aspects to consider from the Albanian perspective**

There are plenty of reasons why electric cars are already a logical choice in the Albanian market, starting with the reduction of the gas emissions' rate, which, automatically, translates into cleaner air, to the financial benefits that come with the low prices of electricity compared to fuels and, maintenance costs that are maximally reduced. In addition, VAT abolition on all new electric cars and the increasing resale value, significantly contribute to finally turning the scales on the opposite side of internal combustion engines.

Yet there are some aspects that need to be considered by those currently facing the dilemma of their next car. We have tried to explain the most important ones, as simply as possible, in the following lines.

- **Autonomy**

It is no secret the anxiety of autonomy is one of the main reasons behind reluctance to buy an electric car. And it really is something requiring a fundamental change in the way the machine is used. The good news is that the new generation of electric cars comes with an autonomy of 300 - 550 km and, combined with the short inter-city distances of Albania (the longest road Shkodra - Saranda is only 352 km), the efficiency is much higher compared to other big Western European countries. It remains to be seen which autonomy will be chosen, based on the usage.

- **Battery Life**

One of the weaknesses displayed by electric cars, compared to those with internal combustion, yet not insurmountable. We are used to not staying too long at gas stations and we would like charging the electric cars by not altering this tradition. What is worth noting here is that, the supply stations for electric cars, can be wherever electricity is supplied: at home, at work, in the shopping malls, in the bar stopping by for coffee or lunch, or at the hotel whereby you go for weekends or holidays. This means stopping by to supply the car is no longer necessary. You can do that as you stop by for some leisure time or rest. Which brings us to the next point ...

- **Charging Infrastructure**

Charging infrastructure in Albania is still in its infancy. Yet things are moving! More and more companies are creating their own infrastructure, coupled with solar panels for higher profitability, in view of covering their needs regarding the supply of electric cars. Shopping malls or various service outlets are investing in electric car chargers in order to provide an additional service to their customers or to diversify their revenue portfolio. Construction companies are anticipating multiple power outages in the underground car parks of the new buildings. Even public authorities have realized the necessity of a national network of chargers and the project is already in its feasibility study phase. Trading points or, as used in the everyday jargon, electric car concessionaires, are obliged by the manufacturer to have at least one fast charging point within their premises. At Volkswagen Tirana, there are two such that enable the charging of 80% of the battery in just 25 minutes.

- **Performance**

One of the early prejudices is lack of performance. Electric cars are often characterized as clumsy and boring while driving. Tests, prior to buying a car, being it electric or not, are highly suggested. What we can say for sure about electric cars is that you will be surprised! The total lack of noise from the engine and the dizzying traction, in the full sense of the word, make for a different experience, not to be missed. Despite the speed limit for efficiency reasons, often at 160 km/h, acceleration to there is as impressive as in sports cars.

- **Service**

Although electric cars do not need much maintenance and numerous consumable parts, such as engine belt, turbo, injectors, fuel pump, etc., they are considered unnecessary by the manufacturers, like any other item made up of different parts and, even electric cars, are not excluded from possible defects. To this end, the selection of a reliable and professional partner is necessary. The right to service an electric car goes through several training processes and acquisition of knowledge that cannot be accessed by everyone. Battery repair requires a high level of expertise. And the manufacturers, at this point, are very rigorous because, due to the high voltage, the life of the person who "puts his hands" in the car, can be endangered. The neighbourhood mechanic will definitely surrender! Porsche Albania is the first company in Albania meeting and exceeded the standards of the manufacturer, aiming at become a regional centre for repairing electric car batteries.

# Kalaja e Tiranës
## Tirana Castle

Duke ditur që kjo verë do të ishte ndryshe nga të tjerat, vendosëm edhe ne në Porsche Albania të bënim diçka ndryshe, që nuk e kishim bërë kurrë më parë.

Menduam për klientët dhe dashamirësit e makinave, të ofronim disa nga modelet më të mira tona me një çmim tepër të ulët e me oferta mjaft të mira, sidomos përsa i përket pagesës me këste.

Nisur nga dëshira e mirë për të qenë sa më pranë fizikisht klientëve, por edhe të gjithë të apasionuarve pas markave si: Volkswagen, Audi, ŠKODA apo Seat, kompania vendosi që të "zhvendoset" fizikisht këto muaj vere, nga data 1 korrik deri më 1 tetor, në një nga destinacionet më të aksesueshme dhe më interesante të kryeqytetit, në Kalanë e Tiranës.

Kjo zhvendosje nuk do të ishte vetëm për qëllimin e mirë që të interesuarit të mos lodhen nga trafiku i rënduar në autostradën Tiranë - Durrës këtë periudhë.

Në mënyrën më speciale të mundshme, pamë ato muaj se si ndërthuret modernja me klasiken. Brenda gurëve antikë rrethues të Kalasë së Tiranës, prekëm nga afër teknologjinë më të fundit të makinave, së bashku me opsionet hi-tech të cilat e kanë kthyer eksperiencën e të ngarit të makinës në një emocion më vete.
Në këtë showroom të ri por kaq të veçantë, ndodhi shumëçka! Fillimisht shijuam nga afër brande dhe modele të ndryshme ku fillimisht do të prezantoheshin Audi dhe ŠKODA, e me pas Seat dhe Volkswagen. Të katërta markat rezervuan makinat më speciale për ekspozim.

Të gjitha këto makina erdhën edhe me ofertat e tyre përkatëse sepse jo më kot erdhëm më pranë jush. Të gjitha modelet që u prezantuan kishin një çmim më të ulët se zakonisht.

Një tjetër shërbim-surprizë që u ofrua, për të cilën na ndihmoi teknologjia, ishte ai që kur kishte të interesuar për një markë/model i cili nuk ndodhej fizikisht në Kalanë e Tiranës, me aplikacionin 'Makina ime', mund të rezervohej një 'test drive' (të provoni të ngisni makinën e zgjedhur nga ju).

Për shkak të situatës që ende po kalojmë, nuk e kishim të mundur të realizonim evente të ndryshme, por jemi duke pritur me padurim, ashtu sikundër të gjithë, që gjithçka t'i kthehet normalitetit dhe të mund të vimë me risi të reja praj jush.

Knowing in advance this summer would be different from the others, we, at Porsche Albania, decided to do something different, like never before.

We had our customers and car lovers in mind, wishing to offer some of our best models at a very low price and with very good offers, especially in terms of payments.

Based on the good will to be physically closer to the customers and to every person passionate about brands such as Volkswagen, Audi, ŠKODA or Seat, the company decided to be physically “displaced” during the months of summer, from July 1st to October 1st, to one of the most accessible and interesting destinations of the capital: Tirana Castle. This relocation would not only serve the good purpose of interested parties, easing their burden of getting tired of the heavy traffic on the Tirana - Durrës highway in that period.

In the most special way possible, we witnessed, during those months, how the modern combines with the classic. Inside the ancient stones surrounding Tirana Castle, we touched the latest car technology, along with hi-tech options which have turned the driving experience into a thrill per se.
In this new but special showroom, a lot happened! We first enjoyed the different brands and models, where Audi and ŠKODA were first introduced, followed by Seat and Volkswagen. All four brands had reserved the most special cars for display.

All these cars brought about their respective offers, as this was the intention all along. All the models introduced had a lower price than usual.

Another surprise-service offered to all interested parties not present in the Castle, certainly helped by technology, was the application ‘My car’, whereby a ‘test drive’ (try to drive the car of your choice), could be booked.

Due to the situation we are still going through, various events were omitted. We are eagerly waiting, like everybody else, for everything to return to normality and coming up with new innovations for you.

# Legjendarja quattro feston përvjetorin e 40$^{\text{të}}$

## The legendary quattro celebrates its 40$^{\text{th}}$ anniversary

Katër rrathë, 40 vite, një quattro – e thënë ndryshe: një histori suksesi nga Ingolstadt. Audi quattro feston përvjetorin e tij në vitin 2020. Ja se si Audi i parë me 4 rrota aktive revolucionarizoi industrinë automotive.

Idea pas quattro-s
Kërkimi për origjinën e Audi quattro na çon menjëherë në dimrin e vitit 1976 kur Audi zhvilloi VW Iltis, një makinë për off-road për Ushtrinë Gjermane – me sistemin me 4 rrota aktive. Inxhinierët ishin të impresionuar me performancën e lartë të VW Iltis në borë gjithashtu edhe në akull.
Gjatë testeve për prototipet e reja të Audi, Iltis gjithashtu u përdor për të bërë krahasime – dhe perfromanca e tij ishte superiore mbi makinat me rrotat e para aktive. Kjo e forcoi idenë e përdorimit të kësaj teknologjie në makinat e prodhimit në masë.
Walter Treser, Drejtor i Para-Prodhimit, u mrekullua nga "visioni i zhvillimit të një makine që duhet të egistonte por nuk egistonte deri në atë moment," ashtu si ai e komentoi pak më vonë. Për ta bërë këtë, ai kishte nevojë për një emër të përshtatshëm. Makina me të 4 rrotat aktive për pak sa nuk u quajt Audi Carat (shkurtim i "Coupé All-Wheel-Drive Turbo"). Sidoqoftë, emri ishte tashmë përdorur për një parfum – ndaj nuk do të shkonte mirë me imazhin e makinës. Kështu, sugjerimi i Walter Treser prevaloi dhe "Audi quattro" - ishte emri që më vonë do të bëhej i famshëm.

Teknologjia quattro më në detaj
Me këtë teknologji, momenti përdredhës (torque) shkonte automatikisht në mënyrë të barabartë tek të 4 rrotat. Në këtë mënyrë, quattro ofronte avantazhin e një fërkimi perfekt në rrugë dhe një ngarje të sigurtë edhe në sitata të vështira.
Audi adapton teknologjinë tek tipet respektive të makinave. Janë dy variante për makinat me motor të montuar për së gjati.
Kambiot automatike Tiptronic përdorin sistemin klasik me diferencial të mesit me vetë-bllok. Audi me kambio manual ose S-tronic përdor një teknologji të lartë që aktivizon sistemin ashtu si dhe atëherë kur kërkohet.
Për modelet me motorin e montuar për së gjëri dhe për sportiven Audi R8, Audi përdor diferencialin me freksion hidraulik me disa pllaka.

Audi quattro: një legjendë e motorsportit
Le të kthehemi pas në janarin e vitit 1981: një shteg off-road thellë në Austri midis borës dhe baltës. Shumë makina vuajtën për të kaluar shtegun, duke përfshirë edhe Audi quattro. Kjo ndodhi gjatë rally të janarit në Mühlviertel. Në fund të garës skuadra fituese ishte Franz Wittmann senior dhe Kurt Nestinger në një Audi quattro.
Fitorja ishte fillimi i një rruge të gjatë suksesi në motorsport. Deri në vitin 1987, Audi quattro (gjithashtu e njohur si Audi Sport quattro) kishte pushtuar një numër pistash dhe kampionatesh të World Rally Championship. Në fund të viteve 80, Audi u fokusua tek garat e touring cars.
Me Hans-Joachim Stuck dhe Hurley Haywood në Audi 90 quattro, Audi fitoi DTM (Germand Touring Car Masters), kampionate botëror dhe TransAm Series.
Emri Le Mans gjithashtu është i lidhur ngushtë me quattro: makinat me 4 rrotat aktive korrën 3 fitore rresht në garën legjendare 24 orëshe.

Makinat elektrike me të gjitha rrotat aktive dhe diferencialët sportiv: legjenda quattro jeton brenda e-tron (s).
Audi kurrë nuk ka rreshtuar së kujdesuri për quattro-n. Besnikë në moton e vet: Edhe një legjendë mund të vazhdojë të zhvillohet me sistemin elektrik me 4 rrota aktive në Audi e-tron dhe Audi e-tron Sportback, ne kemi arritur cakun e teknologjisë aktuale. Këtu, teknologjia e transmisionit fuknsionon nëpërmjet motorëve elektrik në çdo aks.
Në Audi e-tron S dhe e-tron S Sportback, Audi prezanton versionin e fundit të motorëve elektrik me të 4 rrotat aktive. SUV-ët elektrikë shumë dinamik të dy kanë 3 motorë elektrik në bord. Kontrolli i transmisionit inteligjent merr përsipër sigurinë dhe mbi të gjitha dinamikat e drejtimit të mjetit, duke e çuar atë në një nivel shumë të lartë.

Four rings, forty years, one quattro − in summary: a success story from Ingolstadt. The Audi quattro celebrates its anniversary in 2020. Read how the first Audi with all-wheel drive revolutionized the automotive industry.

The idea behind the quattro
Our search for the origins of the Audi quattro takes us straight back to the winter of 1976 when Audi developed the VW Iltis off-road vehicle for the German Army − with its all-wheel drive. The engineers were impressed with the outstanding performance by the VW Iltis on both snow and ice. During the test runs for new Audi prototypes, the Iltis also participated for purposes of comparison − and its performance was superior to front-wheel-drive cars. This gave rise to the idea of using this special, all-drive technology in mass-produced vehicles.

Walter Treser, then Director of Pre-Development, was fascinated by the “vision of developing a type of car that had to date not existed,” as he later commented. To do this, he needed a suitable name. The car with all-wheel drive almost became known as the Audi Carat (abbreviation for “Coupé All-Wheel-Drive Turbo”). However, there was already a perfume with the same name − this would not have gone well with the image of the car. So, Walter Treser's suggestion prevailed: “Audi quattro” − a name that would soon become famous.

The quattro drive technology in more detail
With this technology, the drive torque is automatically evenly distributed to the four wheels. This way, the quattro drive offers the advantages of perfect road grip and a safe drive − even in adverse conditions.
Audi adapts the drive technology to the respective vehicle type. There are two variants for cars with longitudinally installed engines:

The tiptronic automatic transmission uses the classic quattro drive with self-locking center differential.
Audi with a manual gearbox or S-tronic use cutting-edge technology which engages all-wheel drive as and when required.
For models with transverse engines and the Audi R8 sports car, Audi uses its own quattro drivetrain with a hydraulic multi-plate clutch.

Audi quattro: a motorsport legend
Let us look back to January 1981: An off-road track in remote Austria between snow and mud. Numerous cars struggle along the track, including an Audi quattro. This scene took place during the January rally in the Mühlviertel.
At the end of the race the winning team was determined: Franz Wittmann senior and Kurt Nestinger in an Audi quattro.
The victory was the start of a long series of successes in motorsport. Up until 1987, the Audi quattro (also known as the Audi Sport quattro) hared over the tracks of numerous World Rally Championships and achieved many victories.
At the end of the eighties, Audi then focused on touring car racing. With Hans-Joachim Stuck and Hurley Haywood in the Audi 90 quattro, Audi won the DTM (the German Touring Car Masters), world championships and the TransAm series.

The name Le Mans is also closely associated with the quattro: the all-wheel drive cars took three consecutive overall victories in the legendary 24-hour race.

Electric all-wheel drive and sports differential: the quattro legend lives on in the e-tron (S)
Audi has never rested on its laurels with the quattro. True to its motto: even a legend must continue to develop. With the electric all-wheel drive in the Audi e-tron and the Audi e-tron Sportback, we are at the cutting edge of technology. Here, the drive technology functions via electric motors on each axle.

In the Audi e-tron S and the e-tron S Sportback, Audi presents the latest version of the electric all-wheel drive. The two really dynamic electric SUVs each have three electric motors on board. Their intelligent drive control takes driving safety and, above all, driving dynamics to a new, higher level.

# X
# MEMO

Udhëtimi nuk është vetëm një udhëtim nga pika A në pikën B. Shpesh, nuk është as pjesa më e mërzitshme. Sepse udhëtimi është eksperiencë, një eksperiencë unike ashtu si Audi di ta ofrojë. Si mund të mos jetë magjike eksperienca e kaluar në sallonet plot stil, luks dhe teknologji të Audi. Dhe jo vetëm kjo, por teknologji edhe në konfortin e ngarjes apo edhe ndriçimin fantastic matrix.

Por thuajse gjithmonë ka nevojë për të përmirësuar diçka.

Këtë herë vendosëm që formulës magjike ti shtojmë edhe një element tjetër: aromën.

Me elegancën dhe stilin që përfaqëson, bashkë me MEMO Paris sollëm pranë jush Audi x MEMO, parfumin e makinës me aroma natyrale nga Parisienët e prodhimit të parfumeve. Një aromë që i jep akoma edhe më shumë hijeshi kilometrave tuaja, e cila vjen si dhuratë vetëm për klientët e Audi.

The journey is not just a transition from point A to point B. Often, it is not even the most boring part. Because travelling is experience, a unique experience only Audi knows how to best offer. How can it not be magical the experience lived in Audi showrooms: full of style, luxurious and high-tech. And not only: even high-tech to driving comfortably or fantastic matrix lighting.

But there is almost always the need to improve something.

This time we decided to add another element to the magic formula: the scent.

With the elegance and style it represents, in cooperation with MEMO Paris, we brought to you Audi x MEMO, the car perfume with natural fragrances from the Parisians perfume factories. A fragrance that adds even more charm to your mileage and comes as a gift only to Audi customers.

Ishte shtatori i vitit 2005 kur i gjithë ky rrugëtim filloi, nga ai moment kanë kaluar plot 15 vite. 15 vite të mbushura me suksese dhe sfida për tu kapërxyer. 15 vite me momente të bukura dhe jo gjithnjë aq të bukura. 15 vite me po të njejtën energji të pareshtur për misionin që kemi marrë përsipër.

Ja ku jemi sot, pas 15 vitesh për të kremtuar 15 vite punë të palodhur.

Për fat të keq ky vit nuk ishte ai që të gjithë do të donim. Na u desh të kufizoheshim për shumë nga aktivitetet tona të cila i parapëlqejmë më shumë ti organizojmë.

Këtë fundvit, në shenjë falenderimi për të gjithë që na kanë mbështetur në gjithçka kemi bërë këto 15 vite, vendosëm të dhurojmë një ŠKODA Fabia të re me 0km.

Si mund të bëhesh fitues?

Aplikacioni Makina Ime është i pari dhe i vetmi aplikacion në tregun automotiv shqiptar kushtuar mobilitetit dhe është një nga projektet tona më të rëndësishme.
Vetëm duke shkarkuar aplikacionin dhe duke u regjistruar ju mund të bëheshit pjesë e shorteut.

I gjithë ky proçes u liçensuar dhe u ndoq nga Autoriteti i Mbikqyrjes së Lojrave të Fatit duke qenë konform të gjitha rregullave.

Fituesi u shpall nëpërmjet një sistemi të liçensuar dhe në mbikqyrjen e përfaqësuesve të AMLF, Drejtoria e Tatimeve dhe një noter.

Më në fund momenti i shumëpritur erdhi! Pas hedhjes së shorteut nëpërjet programit online “easypromos”, fitues doli Eliodor Dervishaj, banues në Tiranë. Tejet i suprizuar nga lajmi që ne i përcolëm nëpërmjet telefonit, Elio nuk priti gjatë por të nesërmen erdhi pranë ambjenteve tona për të parë makinën dhe për të filluar proçedurat e marrjes së saj në pronësi.

It was September 2005 when this whole journey began. 15 years have since passed by. 15 years filled with successes and challenges to overcome. 15 years with beautiful and not-so-beautiful moments. 15 years with the same unceasing energy for the mission undertaken.

Here we are today, 15 years later and celebrating our hard work.

Unfortunately, this year was not our most favourite. We had to limit ourselves in many respects, which we usually prefer to anticipate.

This year-end, as a sign of gratitude to all those who have supported us in everything we have done these 15 years, we have decided to donate a new ŠKODA Fabia with 0 km.

Becoming the winner?!

“My Car” App is the first and sole application in the Albanian automotive market dedicated to mobility, as well as one of our most important projects.

Only by downloading the app and inserting the data, you may participate in the draw.

The entire process was licensed and followed by the Gambling Supervisory Authority, in accordance with all the rules in force.

The winner was announced through a licensed system and under the supervision of representatives from the GSA, the Tax Directorate and a notary.

Finally, the long-awaited moment came! Follow to the draw, enabled by the online program “easypromos”, the winner was Eliodor Dervishaj, a Tirana inhabitant. Extremely surprised by the news we conveyed to him over the phone, Elio could not wait and visited us to our promises the very next day to see the car and starting the procedures for transferring car's ownership.

# Volkswagen Multivan 6.1

Nëse do të bëjmë një listë me disa prej Volkswagen më autentik dhe që kanë revolucionarizuar jo vetëm botën automotive por edhe më gjerë, atëherë pa dyshim Volkswagen T1 do të jetë një prej tyre.

Vitet ndërkohë kalojnë dhe ja ku jemi sot, është viti 2020 dhe VW T6.1 është modeli më i fundit që na ofrohet.

Ai është rifreskuar dhe vjen më i bukur se kurrë.

Në pjesën e përparme feneret LED i japin elegancë teksa menjëherë të shkon në mend se sa do të kesh nevojë të përdorësh dritat e gjata natën, edhe në rrugën më të errët. Në krah të fenerëve dy shirita të kujtojnë që makina të cilën je duke parë është një Multivan, një detaj ky tepër i këndshëm në lidhje me dizajnin e përgjithshëm të makinës.

Në brendësi gjithçka është gjithashtu e përditësuar. Menjëherë vihet re që tani kilometrazhi është dixhital dhe jo më analog, dhe se ekrani i mesit i informacionit dhe argëtimit është tashmë më i madh, i njëjtë me atë që gjendet edhe tek makinat e pasagjerëve si Tigauan apo T-ROC.

E veçanta dhe një pikat më kyçe të këtij modeli është pikërish ajo ç'ka gjendet në pjesën pas dy sediljeve të para të shoferit e pasagjerit. Pikërisht arsyeja se përse kjo makinë egziston.

Ndryshe nga versionet e tjera, në pjesën e pasme të Multivan sediljet e mesit janë të rrotullueshme, duke e kthyer atë në një dhomë ndenje të vërtetë. Madje një tavolinë e lëvizshme është e inkorporuar me makinën duke dhënë mundësinë që makina jo vetëm të jetë tepër e përshtatshme për udhëtimet e gjata, por gjithashtu të shërbejë si vend perfekt për të vazhduar piknikun, teksa jashtë moti nuk është ai më ideali.

Përsa i përket motorëve, ata janë një 2.0 TDI me fuqi nga 90HP deri në 196HP, gjithashtu edhe një tërësisht elektrik zhvilluar nga ABT. Ky i fundit i aftë të prodhojë 112HP, me një paketë baterish prej 77.6 kWh, dhe me një autonomi sipas NEDC prej 400km.

If we are to make a list of some of the most authentic Volkswagen cars that have revolutionized the cars industry and beyond, then, without the shadow of a doubt, Volkswagen T1 is one of them.

Years go by and here we are: it is 2020 and we have VW T6.1 as the latest model on offer.

It has been refreshed and comes forward more beautiful than ever.

On the front, the LED headlights adorns it with elegance, as you immediately think about how much you will need to use the high beams at night, even on the darkest roads. Next to the headlights, two stripes remind you the car you are looking at is a Multivan, a very nice detail about the overall design of the car.

Inside everything is also modern.

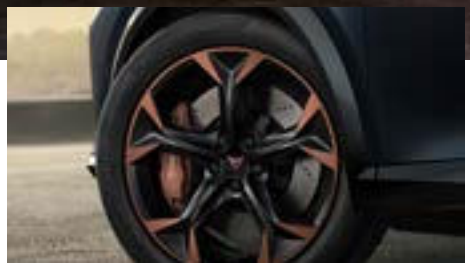
It is immediately noticeable the odometer is digital and no longer analogue, and the middle information and entertainment screen is larger, same as that found in passenger cars like Tigauan or T-ROC.

The most special and one of the key points of this model is exactly what is found in the part behind the first two seats. This is exactly the reason why this car exists.

Unlike other versions, the rear middle seats of the Multivan are rotatable, turning it into a real living room. Even a portable table is incorporated with the car, providing for a car suitable for long trips and serving as the perfect place to hold picnics, while outside the weather is not the most ideal.

The engine is of the 2.0 TDI type, with power from 90HP to 196HP, an all-electric developed by ABT. The latter is capable of producing 112HP, with a battery pack of 77.6 kWh, and with an autonomy, according to NEDC, of 400 km.

# Cupra formentor



Ajo është e para që vjen tërësisht e re, që pasi emblema e saj, nuk është më e vendosur në makinë si një shtojcë por drejt, drejt e në maskarinon dhe në kapakun e bagazhit të saj.
Që prej vitit 2020, Cupra, që më parë ishte emri i modeleve me performancë të lartë të Seat, është një brand më vete, nën Seat, i cili do të prodhojë makinat më të shpejta të Seat.

Formentor është Cupra e parë që vjen tërësisht e re, e cila ndonëse është e bazuar tek Seat Ateca, nuk ngjan me asgjë të nxjerrë në treg deri më tani. Megjithatë, ajo përsëri mishëron linjat elegante njëkohësisht sportive që spanjollët prej vitesh tashmë i ka bërë të diferencohen nga të tjerët. Emri e ka origjinën nga Cap de Formentor i cili është kepi më verior i ishullit të Majorkas.

Ajo qëndron e vendosur në rrugë, është e gjerë dhe disqet e saj 19 inch e bëjnë atë të bukur për syrin për t'u parë, dhe të lehtë për mendjen për t'u admiruar si një nga SUV-të më dinamike të kategorisë së saj.

Ajo do të ofrohet me disa motorë, ku më i fuqishmi është 2.0 litër, 4 pistona turbo me 306HP, fuqi e cila do të transferohet në të 4 rrotat e makinës. Gjithashtu do të jetë e disponueshme edhe një Plug-in hybrid me motor 1.4 litër me turbo, së bashku me një motor elektrik dhe me fuqi maksimale prej 242HP. Vetëm nëpërmjet baterive, makina mund të përshkruajë rreth 50km. Të dyja këto, të shoqëruara nga një kambio automatikie DSG.

Në brendësi salloni është solid, ku ndriçimi që vjen nga treguesi i shpejtësisë apo ekrani i mesit, krijojnë një kontrast fantastic, teksa sediljet sportive "të mbërthejnë" dhe nuk të lënë të lëvizësh nga vendi edhe në manovrat e forta. Butoni i ndezjes së makinës ndodhet në timon në krahun e djathtë, teksa në krahun tjetër ndodhet një buton me logon e Cupra, i cili ndryshon e kthen makinën nga një makinë që mund t'a përdorësh përditë, në një makinë gati për të provuar limitet e tua dhe të makinës nëpër pista të ndryshme.

Makina vjen në 5 modalitete: Comfort, Normal, Sport, Cupra dhe Individual. Ato bëjnë një ndryshim thelbësor tek kjo makinë.

Cupra Formentor ka dalë tashmë në treg dhe klientët e parë sapo kanë filluar të marrin makinat e para.

It is the first to come completely new, since its emblem is no longer placed in the car as an accessory but straight into the replacement grill and in the tailgate. As of 2020, Cupra, formerly the name of Seat's high-performance models, is a separate brand, under Seat, which will produce Seat's fastest cars.

Formentor is the first completely new Cupra, which, although taking after the Seat Ateca, does not look alike anything on the market so far. However, it still embodies the elegant and sporty lines which for years have distinguished Spaniards from the rest. The name originates from Cap de Formentor, the northernmost cape of the island of Mallorca.
It navigates on the road; it is wide and its 19-inch wheels make it beautiful for the eye and easy on the mind to admire it as one of the most dynamic SUVs in the its category.

It comes with several engines, where the most powerful is 2.0 litre, 4 turbo pistons with 306HP, power which is transferred to all 4 car wheels. A 1.4-liter turbocharged plug-in hybrid engine will also be available, along with an electric motor with a maximum output of 242HP. Only via batteries, the car can cover about 50 km. Both accompanied by a DSG automatic transmission.

The interior is solid, with lighting coming from the speedometer or the mid-range display, creating a fantastic contrast, while the sport-style seats "grab" you and keep you from moving even in strong manoeuvres. The engine start button is located on the right side of the driving wheel, whereas on the other side, a button with the Cupra logo is introduced, which changes and turns your car from a car that you can use every day, to one ready to test your limits and drive through different tracks.

The car comes in 5 models: Comfort, Normal, Sport, Cupra and Individual. They make a fundamental difference to this car.

Cupra Formentor has already hit the market and the first customers have just started getting the first cars.

# Një ndalesë
## One stop shop

Prej 15 vitesh tashmë Porsche Albania ka ofruar për tregun shqiptar të automjeteve jo vetëm makina të reja, por edhe një servis të specializuar dhe trajnuar për të ofruar një shërbim ekselent dhe për të bërë diferencën.

Departamenti i servisit është një nga copëzat tona më të rëndësishme dhe ndaj duam që klientët tanë të marrin shërbimin më të mirë. Tashmë, jo vetëm mundeni që kryeni çdo servisim të makinës tuaj vetëm me pjesë origjinale, por mund të ndërroni edhe gomat e makinës me një ndalesë të vetme. Porsche Albania tashmë vjen me gomat Continental, Semperit dhe Barum për të përmbushur kërkesat e të gjithë klientëve me të gjitha llojet e gomave.

Zgjodhëm këto 3 marka sepse ofrojnë gjithçka për këdo.

Contiental është brandi ynë premium dhe është një zgjidhje ideale për të gjithë ata të cilët kanë makina luksoze por jo vetëm.

Semperit nga ana tjetër vjen si një balancë tepër e mirë midis cilësisë dhe çmimit.

Kurse Barum vjen si goma më ekonomike, por gjithmonë, pa kursyer në cilësi.

Për ne siguria është e para dhe ajo ç'ka ne sugjerojmë, veçanërisht në stinën e dimrit, është përdorimi i gomave të dimrit, sidomos për ata që udhëtojnë në zona ku mund të ketë rreshje dëbore apo ngricë.

Po gomat egzistuese? Mos u shqetësoni! Ato mund t'i magazinoni tek ne dhe kështu nuk do keni nevojë më të shqetësoheni për gomat tuaja, por vetëm të shijoni udhëtimin në stinën festive të vitit!

For 15 years now, Porsche Albania has provided the Albanian vehicle market not only with new cars, but also with specialized and trained service providers, for an excellent and game-changing service.

The service department is one of our most important 'pieces' and we want our customers to receive the best of services. Now on, not only can you service your car with only original parts, but you can replace the car tires in a single stop-shop. Porsche Albania now comes with Continental, Semper and Barum tires, to meet the requirements of all customers with all types of tires.

We chose these 3 brands because they offer everything for everyone.

Contiental is our premium brand and is an ideal solution for all those with luxury cars and not only.

Semper, on the other hand, comes as an incredibly good balance between quality and price.
Whereas Barum come as the most economical tires, but always, without any compromise as to the quality.

To us, safety comes first and, what we suggest, especially for the winter season, is the use of winter tires, especially for those travelling to areas with snow or frost.

What about existing tires? Do not worry! You can store them with us so you do not have to worry about your tires, just enjoy your trips during holidays!

## Nga ëndrra për një makinë, në makinën e ëndrrave tuaja!

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

Kontaktoni me ekspertët të Volkswagen, AUDI, ŠKODA, SEAT, Volkswagen Makina Tregtare, DasWeltAuto, për të vendosur për një ofertë financimi të përshtatshme, me Porsche Finance Group Albania!

**Porsche Finance Group Albania**
Autostrada Tiranë-Durrës
Km.7, Rr.Monun
Tiranë
Albania
Tel: +355 (04) 450 08 28
E-mail: info@porscheleasing.al
www.porscheleasing.al

PORSCHE
FINANCE GROUP ALBANIA

Best wishes for a sparkling New Year!
May you find health, happiness, and peace.

2021

Urimet më të mira për një Vit të Ri plot shkëlqim!
Sjelltë për ju shëndet, lumturi dhe paqe.

2021