

QENDRA SHQIPTARE PËR GAZETARI INVESTIGUESE

Biznesi Shqiptar

MË TË MIRËT 2024

Albanian Business

THE BEST 2024

Tiranë, Shtator 2024

Botim i Qendrës Shqiptare për Gazetari Investiguese
Web: www.biznesmenet.com



Copyright: Autori

Design: Orest Muça
Përktheu: Gazmend Berlajolli
Shtypur në shtypshkronjën "albPAPER", Tiranë

PËRMBAJTJA

"Më të Mirët" realizuan 13 milionë euro xhiro dhe fituan 1.3 milionë euro.....	7
Ekonomia shqiptare në vitin 2023	19
200 kompanitë më të mëdha 2022	25

SHEFQET KASTRATI

President i "KASTRATI" GROUP	29
------------------------------------	----

SAMIR MANE

President i "Balfin Group"	35
----------------------------------	----

ERDAL DEMIR

Administrator i kompanisë "KURUM INTERNATIONAL"	39
---	----

VASIL NAÇI

President i AGNA Group.....	43
-----------------------------	----

MARIN GJONAJ

President i "Gjonaj Group"	47
----------------------------------	----

KOMPANIA GSA

.....	53
-------	----

LUAN MUÇA

Themelues dhe Drejtues i DELTA GROUP	57
--	----

LUAN LEKA

President i "EHW" Group.....	63
------------------------------	----

AVNI PONARI

CEO i "SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA"	67
---	----

MALTIN KORKUTI

Drejtor i Përgjithshëm i "Credins Bank"	71
---	----

MARIO BRACCI

Administrator i Përgjithshëm i kompanisë "ANTEA CEMENT"	77
---	----

KOMPANIA "AGRO BLEND"

.....	81
-------	----

RIGELA GEGPRIFTI

CEO e Devolli Hydropower	85
--------------------------------	----

KOMPANIA CFO PHARMA

.....	89
-------	----

DIONIS LIKOMETA

Administrator i kompanive "R.B.H Beline" dhe "Izvor 99"	93
---	----

YONGBAE KIM

Administrator i "YURA Corporation Albania" sh.p.k.....	97
--	----

MARK GJINAJ

President i Rafaelo Group 2002	101
--------------------------------------	-----

LUCA BUSI

President i "Coca-Cola Bottling Shqipëria"	107
--	-----

ASTRIT ISA DHE LUAN LARTI

Administratorë të kompanisë Larti sh.p.k.....	111
---	-----

KOMPANIA ELKA SA

.....	115
-------	-----

KOMPANIA TEUTA DURRËS

.....	119
-------	-----

CONTENT

"The Best" generated a turnover of 13 million euros and earned 1.3 million euros in profit	7
The Albanian Economy in 2023	19
200 the largest companies 2022	25

SHEFQET KASTRATI

President of the "Kastrati" Group	29
---	----

SAMIR MANE

President of Balfin Group	35
---------------------------------	----

ERDAL DEMIR

Administrator of "KURUM INTERNATIONAL"	39
--	----

VASIL NAÇI

President of AGNA Group.....	43
------------------------------	----

MARIN GJONAJ

President of "Gjonaj Group"	47
-----------------------------------	----

GSA COMPANY

.....	53
-------	----

LUAN MUÇA

Founder & CEO DELTA GROUP	57
---------------------------------	----

LUAN LEKA

President of "EHW" Group.....	63
-------------------------------	----

AVNI PONARI

CEO of "SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA"	67
--	----

MALTIN KORKUTI

General Director of "Credins Bank"	71
--	----

MARIO BRACCI

General Administrator of the company "ANTEA CEMENT"	77
---	----

AGRO BLEND COMPANY

.....	81
-------	----

RIGELA GEGPRIFTI

CEO of Devolli Hydropower	85
---------------------------------	----

CFO PHARMA COMPANY

.....	89
-------	----

DIONIS LIKOMETA

Administrator of "R.B.H Belina" and "Izvor 99" companies	93
--	----

YONGBAE KIM

Administrator of "YURA Corporation Albania" Ltd.....	97
--	----

MARK GJINAJ

President of Rafaelo Group 2002	101
---------------------------------------	-----

LUCA BUSI

President of "Coca-Cola Bottling Shqipëria"	107
---	-----

ASTRIT ISA AND LUAN LARTI

Administrators of Larti LLC	111
-----------------------------------	-----

ELKA SA COMPANY

.....	115
-------	-----

TEUTA COMPANY DURRËS

.....	119
-------	-----

HIDEKI NAKAMURA

Administrator i kompanisë "SEWS Cabind Albania" 127

KOMPANIA ALBAELETTRICA

Ne Vendosim Standardet 131

GENTIAN KARAJ

Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë "Albanian Motor Company" 137

PROLETAR HASANI

Administrator i kompanisë "Albsteel" 141

HAJRI ELEZI

President i kompanisë "Lajthiza Invest" 145

HELIDON RRUGA

Administrator i Përgjithshëm i kompanisë "Coral Fish" 149

ILIR LINZA

Drejtor i Përgjithshëm i FPM Group 153

ROBERT MASHA

Administrator i Përgjithshëm i kompanisë "Maccaferri Balkans" 157

RAM GECI

President i "GECI" Group 161

ARBEN NDEKA

President i kompanisë "LUFRA Foods" 165

ALBAN UJKASHEJ

Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë "NELT Albania" 169

ERIDAN SKANA

Një rrugëtim i suksesshëm 173

ETLEVA LARO

Administratore e kompanive "EFA Solution" dhe "ProDyn" 179

ASLLAN BARAJ

Drejtor i Përgjithshëm i Kombinativit të Qeramikës, "KID-ALB" 183

GJERGJ LUCA

President i kompanisë "ROZAFa" 187

HEKURAN BRAHIMAJ

Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë EMANTE 191

FATOS CERENISHTI

President i "Grand Blue Fafa" dhe "Fafa Premium Resort" 195

LAURENTIU HUTANU

Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë "Uji i Ftohtë Tepelenë" 199

SKERDILAJD FARIA

President i kompanisë "SOMBRERO" (KEIT) 203

NESTI TARUSHA

President i kompanisë "FIX PRO" 207

JULIAN BËRXULLI

Administrator i kompanisë "AMBRA" 211

KOMPANIA AK-INVEST

..... 215

ANTON NDEKA

Drejtor i Përgjithshëm e kompanisë "Gruppo Koni" sh.p.k 219

KRIENKO MEMO

President i kompanisë "Krienko" 225

ARJETA PUCA

Presidente e kompanisë "Timak" 229

HIDEKI NAKAMURA

Administrator of the company "SEWS Cabind Albania" 127

ALBAELETTRICA COMPANY

Setting the Standards 131

GENTIAN KARAJ

General Director of "Albanian Motor Company" 137

PROLETAR HASANI

Administrator of the company "Albsteel" 141

HAJRI ELEZI

President of the company "Lajthiza Invest" 145

HELIDON RRUGA

General Administrator of "Coral Fish" Company 149

ILIR LINZA

General Director of FPF Group 153

ROBERT MASHA

General Administrator of "Maccaferri Balkans" 157

RAM GECI

President of the "GECI" Group 161

ARBEN NDEKA

President of the company "LUFRA Foods" 165

ALBAN UJKASHEJ

General Director of "NELT Albania" 169

ERIDAN SKANA

A Journey of Success 173

ETLEVA LARO

Administrator of "EFA Solution" and "ProDyn" Companies 179

ASLLAN BARAJ

General Director of the Ceramic Combine, "KID-ALB" 183

GJERGJ LUCA

President of the company "ROZAFa" 187

HEKURAN BRAHIMAJ

General Director of EMANTE 191

FATOS CERENISHTI

President of "Grand Blue Fafa" and "Fafa Premium Resort" 195

LAURENTIU HUTANU

General Director of the company "Uji i Ftohtë Tepelenë" 199

SKERDILAJD FARIA

President of the company "SOMBRERO" (KEIT) 203

NESTI TARUSHA

President of the company "FIX PRO" 207

JULIAN BËRXULLI

Administrator of AMBRA Company 211

AK-INVEST COMPANY

..... 215

ANTON NDEKA

General Director of "Gruppo Koni" LLC 219

KRIENKO MEMO

President of the company "Krienko" 225

ARJETA PUCA

President of "Timak" Company 229

Respekt

Shpirti
i Fitores

Klienti
në fokus

Integritet

Entuziazëm

Rritje
& Ekselencë

Kreativitet



Agna Group 

MISIONI YNË

*Ne punojmë me përgjegjësi sociale,
për një biznes që rritet, kontribuon
dhe shton vazhdimisht vlerë tek punonjësit,
klientët, partnerët dhe komuniteti,
duke qenë gjithmonë një hap përpara të tjerëve.*

VIZIONI YNË

*Të jemi një ndër dhjetë
bizneset më të mira në rajonin e Ballkanit,
dhe të kemi të paktën
një markë të njohur ndërkombëtarisht.*





TOYOTA C-HR E RE



ÇDO ZGJEDHJE KA RËNDËSI

ALTO Sh.p.k. - Toyota Albania
Autostrada Tiranë-Durrës Km.5, Rruga Monun Nr.58, Fshati Kashar, 1051 Tiranë, Shqipëri.
Tel.: +355 69 20 81 552; +355 69 20 81 554; E-mail: info@alto.com.al; Web: www.toyotaalbania.al

“MË TË MIRËT” REALIZUAN 13 MILIONË EURO XHIRO DHE FITUAN 1.3 MILIONË EURO

Të nderuar lexues!

Ja ku vjen edhe edicioni i 21-të i Botimit Kombëtar “Biznesi Shqiptar: Më të mirët 2024”. Çdo edicion i ri është një përforsim edhe më i madh i traditës që ka krijuar tashmë ky botim unik në median shqiptare. Një traditë që ka nisur në vitin 2003 e që ka vazhduar për 21 vite me radhë. Më një historik prej 30 vitesh, biznesi shqiptar paraqitet sot i strukturuar, i konsoliduar dhe me konkurrencë të fortë në çdo sektor. Gara që nis më 1 janar të çdo viti ka sigurisht fituesit e saj, ata që kanë realizuar performancë të mirë, gjykuar nga volumi i aktivitetit, nga përfitueshmëria, nga sasia e investimeve të realizuara, nga natyra e aktivitetit, nga impakti social dhe ekonomik, etj. Pikërisht biznese dhe biznesmenë të tillë janë në fokusin e botimit tonë. Pra ata që prodhojnë sukses real. Sepse në të vërtetë suksesin e ëndërrojnë të gjithë, por jo shumë prej tyre vrapojnë, punojnë dhe e sigurojnë atë. E pra, nëpërmjet këtyre personazheve, ne dëshirojmë të tregojmë mënyrën se si arrihet sukcesi. Ky ka qenë motivi kryesor e nisjes së këtij botimi, ky ka qenë qëllimi kryesor i vazhdimit ndër vite të tij. Fakti që jetëgjatësia e botimit rritet, veç sa konfirmon çdo vit se ai ka qenë, është dhe besoj se edhe në të ardhmen, do jetë i mirëpritur.

Nga ana tjetër “Biznesi Shqiptar: Më të Mirët” ka arritur të krijojë një model mendimi, perceptimi, arsytimi dhe gjykimi karshi biznesmenëve shqiptarë. Ata nuk janë ashtu sikurse i paraqet politika për qëllime të përfitimeve të çastit. Nuk janë sikundër i “vizatojnë” negativisht persona të tjerë publikë, por janë motor zhvillimi për vendin. Janë themeli i këtij sistemi që bazohet në iniciativën e lirë. Janë persona që guxuan që në fillimet e sistemit kapitalist dhe bënë diferencimin e tyre në saje të punës dhe të përpjekjeve të tyre madhështore, për të mbërritur tek ky status që kanë sot.

Të 200 kompanitë më të mëdha të Shqipërisë për vitin 2023 (ky vit merret në shqyrtim dhe analizë) mundën të sigurojnë një total xhiroje prej rreth 13 miliardë eurosh. Një shifër pak a shumë e njëjtë me atë të një viti më parë. Kurse 200 kompanitë më të suksesshme të Shqipërisë siguruan një fitim

“THE BEST” GENERATED A TURNOVER OF 13 MILLION EUROS AND EARNED 1.3 MILLION EUROS IN PROFIT

Dear readers,

Here comes the 21st edition of the National Publication “Albanian Business: The Best 2024.” Each new edition further reinforces the tradition that this unique publication has established in Albanian media. A tradition that began in 2003 and has continued for 21 consecutive years. With a 30-year history, Albanian business today appears structured, consolidated, and highly competitive in every sector. The race that begins on January 1st of each year inevitably has its winners—those who have delivered strong performance, judged by activity volume, profitability, the level of investments made, the nature of the business, its social and economic impact, and more. These are precisely the businesses and entrepreneurs that are the focus of our publication—those who create real success. Because, in reality, everyone dreams of success, but not many run, work, and secure it. Through these individuals, we aim to showcase how success is achieved. This has been the primary motivation behind starting this publication and remains its core purpose over the years. The fact that its longevity continues to grow each year only confirms that it has been, is, and I believe will continue to be, well-received in the future.

On the other hand, “Albanian Business: The Best” has managed to shape a model of thought, perception, reasoning, and judgment about Albanian entrepreneurs. They are not as portrayed by politics for short-term gain, nor are they negatively “painted” by other public figures. They are, instead, a driving force for the country’s development. They are the foundation of this system, which is based on free initiative. These are people who dared at the beginning of the capitalist system and distinguished themselves through their immense work and efforts to reach the status they hold today.

The 200 largest companies in Albania for the year 2023 (the year under review and analysis) managed to generate a total turnover of around 13 billion euros—a figure more or less the same as the previous year. Meanwhile, the 200 most successful

total prej 1.3 milionë euro. Nga analiza e të dhënave ekonomiko-financiare të kompanive më të mëdha e më fitimprurëse në vend duket se viti 2023 ka qenë veçanërisht i mirë për bankat, të cilat ia dolën të sigurojnë fitime në shifra mbresëlënëse. Po ashtu, i mbarë ka qenë viti 2023 edhe për kompanitë që merren me prodhim të energjisë elektrike, pra për hidrocentralet private në vend. Masivizimi i dëshirës për të investuar në drejtim të ngritjes së hidrocentraleve private duket se ka qenë i justifikuar, përderisa shumë prej tyre janë shpërblyer nëpërmjet fitimeve të mëdha të siguruara. Përmirësim kanë njohur, krahasuar me një vit më parë, edhe kompanitë e karburanteve, të cilat nëpërmjet këtij përmirësimi tregojnë edhe efektin dërrmues që ka pasur në veprimtarinë e tyre ish-Bordi i Transparencës, i ngritur nga qeveria me qëllim të kontrollit të çmimeve dhe mbrojtjes së konsumatorit nga abuzimi me çmimet, por që në të vërtetë, ky bord abuzoi me bizneset e karburanteve.

Edhe kompanitë që operojnë me fonde publike, sikurse janë ato të punimeve në infrastrukturë, kanë pasur performanca të mira, e po kështu edhe mjaft kompani ndërtimi apo prodhimi materialeve ndërtimi.

Sigurisht, ne do të ishim të lumtur, nëse do të fillonim të konkretizojmë një pjesë të vizionit tonë e që lidhet edhe me integrimin e biznesit të Kosovës në këtë botim, por ky objektivi nuk është bërë ende i mundshëm. Kjo për arsyen e thjeshtë se institucionet e Kosovës janë disi hermetike në sigurimin e transparencës për biznesin kosovar, çka neve do të mund të na krijonte mundësinë për të analizuar, arsyetuar e gjykuar siç duhet e në mënyrë profesionale.

U përpoqëm sivjet edhe të sjellim risi në botim, duke identifikuar personazhe realisht të suksesshme në biznes nga shqiptarët që kanë emigruar nëpër botë, por për arsye të disa vështirësive kjo detyrë mbetet të realizohet në Botimin e ardhshëm. Në këtë Botim gjenden edhe të dhëna rreth performancës së biznesit në vende kryesore të Ballkanit si Sllovenia, Serbia, Kroacia, Bosnja dhe Hercegovina, etj.

Si gjithmonë, një falenderim të përzemërt të gjithë atyre që ndihmuan dhe kontribuan për këtë Botim.

Shpëtim Luku
Drejtor
Qendra Shqiptare për Gazetari Investiguese

companies in Albania secured a total profit of 1.3 million euros. From the analysis of the financial and economic data of the largest and most profitable companies in the country, it seems that 2023 was particularly favorable for banks, which achieved impressive profits. Likewise, 2023 was a good year for companies involved in electricity production, namely private hydropower plants in the country. The growing desire to invest in the establishment of private hydropower plants seems to have been justified, as many of them were rewarded with significant profits. Fuel companies have also seen improvements compared to the previous year, and these improvements reflect the crushing effect the former Transparency Board, established by the government to control prices and protect consumers from price gouging, had on their operations. In reality, this board abused the fuel businesses instead.

Companies operating with public funds, such as those involved in infrastructure projects, also performed well, as did many construction companies or manufacturers of construction materials.

Of course, we would be happy to start realizing part of our vision that involves integrating Kosovo's business community into this publication, but this goal has not yet been achieved. This is simply because Kosovo's institutions are somewhat opaque when it comes to providing transparency about Kosovar businesses, which would allow us the opportunity to analyze, reason, and judge them as needed in a professional manner.

This year, we also tried to bring new features to the publication by identifying genuinely successful business figures from the Albanian diaspora worldwide. However, due to certain difficulties, this task remains to be accomplished in the next edition.

This edition also includes data on business performance in key Balkan countries such as Slovenia, Serbia, Croatia, Bosnia and Herzegovina, and others.

As always, a heartfelt thank you to all those who have helped and contributed to this publication.

Shpëtim Luku
Director
Albanian Center for Investigative Journalism



PEUGEOT

2008 E RE



ALLURE ËSHTË BESIM NË VETVETE

PEUGEOT 3D i-Cockpit®
Kamera 360°
Advanced Grip control

PEUGEOT TotalEnergies

AVEL SH.P.K. - PEUGEOT ALBANIA
Autostreda Tirane-Durres Km.5, Rruga Monun Nr.58, Fshati Kashar, 1051 Tirane, Shqiperi.
Zyra e shitjeve: +355 69 20 81 552, Servisi dhe pjeset e kembimit: +355 69 600 60 60
E-mail: info@avel.com.al; Website: www.peugeot.al

BORDI IDENTIFIKUES DHE VLERËSUES



Z. Nikolin Jaka

Kryetar i Dhomës së Tregtisë dhe Industrisë,
Tiranë

I lindur me 17 maj 1972 në Mirditë. Ka mbaruar studimet e larta në Universitetin e Tiranës në fakultetin juridik. Pas diplomimit si jurist ka ushtruar detyra të rëndësishme në administratën shtetërore. Gjatë karrierës së tij profesionale ka kryer një sërë kualifikimesh jashtë vendit.

Që nga viti 2009 dhe në vazhdim, ushtron funksionin e Kryetarit të Dhomës së Tregtisë dhe Industrisë-Tiranë

Mr. Nikolin Jaka

Head of Chamber of Commerce and Industry,
Tirana, Albania

Born on May 17, 1972 in Mirdita. He graduated from the University of Tirana with a degree in law. After graduating as a lawyer he has carried important duties in the state administration. During his professional career he has completed a number of qualifications abroad.

From 2009 onwards, he exercises the function of President of the Chamber of Commerce and Industry in Tirana.



Prof. Dr Dhori Kule
Dekan i Fakultetit të Ekonomisë

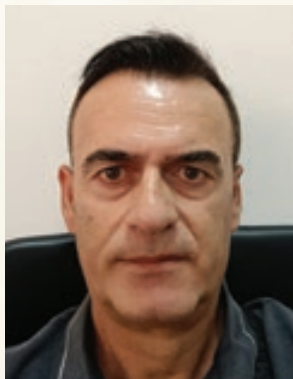
I Diplomuar në Fakultetin e Ekonomisë të Universitetit të Tiranës, Prof. Dr Dhori Kule numëron në përvojën e tij profesionale rreth 18 vjet si pedagog i Fakultetit të Ekonomisë. Në vitin 1997 është zgjedhur në detyrën e Dekanit të Fakultetit të Ekonomisë. Kurse në vitin 2007 u zgjodh Rektor i Universitetit të Tiranës. Z. Kule ka njohur gjatë veprimtarisë së tij edhe disa detyra të tjera të rëndësishme, si ai i Këshilltarit të Jashtëm i Komisionit të Ekonomisë, në Kuvendin e Shqipërisë, Anëtar i Këshillit mbikqyrës të Bankës së Shqipërisë, Kryetar i Unionit të Ekonomistëve etj. Është njëkohësisht edhe Kryetar i Këshillit Mbikqyrës në Institutin e Statistikave dhe Kryetar i Komisionit të Ekonomisë në Këshillin Bashkiak të Tiranës. Ka kryer një sërë specializimesh jashtë shtetit, si dhe ka realizuar një numër të konsiderueshëm artikujsh shkencor, studimesh dhe pjesëmarrjesh nëpër konferenca shkencore brenda dhe jashtë vendit.

Prof. Dr. Dhori Kule
Dean of the Faculty of Economics

Graduated in Economy Faculty, Tirana University, Prof Dr Dhori Kule is a pedagogue for 18 years in the Faculty of Economy. From 2007 he is elected the dean of the Faculty of Economy. Actually hi is Rector of Tirana University.

He has had some other positions such as: The Advisor on Economy Commission in Albanian Assembly, Member of Supervising Council of Albanian Bank, The chairman of Economist Union etc. He is the Chairman of Supervising Council in Statistic Institution and Chairman of Economy Commission in Tirana Municipality Council.

He has been involved in a series of trainings abroad and has accomplished considerable scientific and searching articles and has participated in scientific conferences inside and outside our country.



Shpëtim Luku

Drejtor i Qendrës Shqiptare për
Gazetari Investiguese

Shpëtim Luku është diplomuar në Fakultetin e Ekonomisë. Ka punuar si gazetar profesionist i ekonomisë dhe biznesit në gazetat kryesore të vendit si “Rilindja Demokratike”, “Koha Jonë”, “Shekulli”, “Dita” si dhe në revistën “Spektër”.

Ka themeluar në partneritet me kompaninë “Riviera” të parën revistë të makinave, të titulluar “Auto Albania”. Është autor i librit të botuar në vitin 2004 me titull “Korrupsioni i paralajmëruar”.

Gjatë veprimtarisë së tij deri më tani, Shpëtim Luku, ka botuar mbi 4000 artikuj, kryesisht, në fushën e ekonomisë. Është themelues dhe Drejtor Ekzekutiv i “Qendra Shqiptare për Gazetari Investiguese”, institucion ky që boton prej 17 vitesh Botimin Kombëtar “Biznesi Shqiptar: Më të mirët e vitit”

Shpëtim Luku

Chief Director of “Albanian Center
of Investigative Journalism”

Shpëtim Luku is graduated from Faculty of Economics. He has worked as professional journalist of economy and business at the main local newspaper such as “Rilindja Demokratike”, “Koha Jonë”, “Shekulli”, “Dita” and “Spektër” magazine. He has established in partnership with “Riviera” company the very first car magazine entitled “Auto Albania”.

He is the author of the “The predicted corruption” published in 2004. Mr Shpetim Luku during all these years up to now has published more than 4000 articles mainly in the field of economy.

He is the establisher and Chief Director of “Albanian Center of Investigative Journalism” an institution that publish since 17 years The National Edition of “Albanian Business: The Best of year”

Shpëtim Luku



Dr. Zef Preçi

Drejtor Ekzekutiv i Qendrës Shqiptare
për Kërkime Ekonomike

Me më shumë se 25 vite pune si studiues në fushën e kërkimeve social-ekonomike, ideimin dhe drejtimin e kryerjes së studimeve, përgatitje raportesh, prezantime publike, hartim vrojtimesh kombëtare, mbledhje të dhënash, interpretime dhe analiza. Dr. Preçi ka kryer një sërë detyrash publike si, Ministër i Ekonomisë dhe Privatizimit (1999); Këshilltar Ekonomik i Presidentit të Republikës (2002-2004); Kryetar i parë i Autoritetit të Konkurrencës (2004-2005); detyra përfaqësuese në nivele të ndryshme në komunitetin e biznesit dhe shoqërinë civile, me aftësi të mira komunikuese, koordinuese dhe drejtuese ndërmjet agjencive të ndryshme dhe institucioneve publike, duke kontribuar me shërbime relevante konsulence kryesisht për institucionet financiare ndërkombëtare, sistemin e Organizatës së Kombeve të Bashkuara dhe komunitetin e biznesit; ndërtim kapacitetesh dhe shërbime menaxheriale, me njohuri të përparuara mbi rajonin dhe në veçanti për Kosovën. Ka kryer një sërë kualifikimesh brenda dhe jashtë vendit, është autor i një numri të madh artikujsh publicistikë dhe studimeve të ndryshme, si dhe ka marrë pjesë në shumë konferenca shkencore brenda dhe jashtë vendit. Aktualisht është edhe Kryeredaktor i “Revistës Shqiptare Social Ekonomike” (ish-Ekonomia dhe Tranzicioni), anëtar i Këshillit të Mbikëqyrjes të Shoqërisë Publike të Prodhimit të Energjisë (KESH), përfaqësues i shoqërisë civile në Këshillin Kombëtar të Barazisë Gjinore si dhe anëtar i Komisionit të Ndihmës Shtetërore. (E-mail: zef.preci@gmail.com)

Dr. Zef Preçi

The Executive Director of the Albanian Center for Economic
Research

Dr. Preçi has more than 25 years of working experience as a senior researcher in socio-economic research, designing and conducting of research studies, drafting of reports, delivering of public presentations, survey design at national level, data interpretation and analysis. He holds high profile public positions such as, the Minister of Economy and Privatization (1999), Economic Adviser to the President of the Republic (2002-2004), first Chairman of the Competition Authority (2004-2005); as well as performing representative tasks at different levels within the business community and civil society. Outstanding communication, coordination and management skills between different agencies and public institutions, contributing with relevant consultancy services primarily for the financial institutions, the system of the United Nations and the business community, providing expertise in capacity building and management services, with advanced knowledge on the region and in particular on Kosovo. He has conducted a series of qualifications within the country and abroad, author of a considerable number of articles and various studies, has participated in many scientific conferences at regional and international level. Currently, Mr. Preci is the Editor of “Albanian Socio-Economic Magazine” (former ‘Economy and Transition’), Member of the Supervisory Council of the Public Company for Energy Production, representatives of civil society in the National Council for Gender Equality and member of the State Aid Commission. (E-mail: zef.preci@gmail.com)



Kreshnik KUÇAJ
Gazetar

Gazetar prej 20 vitesh dhe studiues i historisë ekonomike të Shqipërisë. Ka punuar në media si “Korrieri”, “TV Koha” etj. dhe aktualisht është Drejtor i Informacionit në televizionin ekonomik SCAN TV.

Në vitin 2021 ka realizuar ekspozitën e parë kushtuar historikut të financave shqiptare të emërtuar “FILLESAT”. Është bashkëautor i botimit “Historiku i Dhomës së Tregtisë dhe Industrisë Tiranë” dhe autor i botimit “Bankat dhe financimi i ekonomisë shqiptare, 1912-2023”.

Kreshnik KUÇAJ
Journalist

A journalist for 20 years and a researcher of the economic history of Albania. He has worked in media such as “Korrieri,” “TV Koha,” and is currently the Director of Information at the economic television station SCAN TV.

In 2021, he organized the first exhibition dedicated to the history of Albanian finance, titled “FILLESAT” (The Beginnings). He is the co-author of the publication “The History of the Chamber of Commerce and Industry of Tirana” and the author of the publication “Banks and the Financing of the Albanian Economy, 1912-2023.”

Qendra Shqiptare për Gazetari Investiguese dhe Promovuese



Një aleate e natyrshme e biznesit !



Qendra Shqiptare për Gazetari Investiguese

Ne nuk emërojmë të suksesshmit e vitit. Ne i identifikojmë ata
"We do not name the companies "successful". We simply identify them"

Qendra e Biznesit "Karl Topia", kulla 2, ap 10 C, Tirane
Tel 00355692065933
shluku@yahoo.com www.biznesmenet.com

21 VITE DOKUMENTIM SUKS



SESITË BIZNESIT SHQIPTAR



INDIKATORET

1. MADHËSIA E BIZNESIT
2. NATYRA E AKTIVITETIT
3. IMPAKTI SOCIAL-EKONOMIK I VEPRIMTARISË
4. KORREKTESA FISKALE
5. SASIA E INVESTIMEVE TË REALIZUARA
6. PROFILI SOCIAL I KOMPANISË
7. DINAMIKA E AKTIVITETIT
8. CERTIFIKIMI I VEPRIMTARIVE
9. VENDNDODHJA E KOMPANISË

Sqarim

Të dhënat janë kalkuluar në Euro sipas kursit mesatar
1 Euro = 103 lekë, pasi që në fillim të botimit kemi përdorur këtë monedhë për lehtësi llogaritjeje.

Note

All the data are calculated in EUR with an average exchange rate of 1 EUR = 103 Lek, since we have used this currency due to ease of calculations from the beginning of this publication.

INDICATORS

1. SIZE OF BUSINESS
2. FIELD OF ACTIVITY
3. SOCIAL-ECONOMIC IMPACT OF THE ACTIVITY
4. FISCAL CORRECTNESS
5. SIZE OF INVESTMENTS ACCOMPLISHED
6. SOCIAL PROFILE OF THE COMPANY
7. DYNAMIC OF THE ACTIVITY
8. ACTIVITIES CERTIFICATE
9. COMPANIES' HEADQUARTERS

**RENDITJA
ËSHTË BËRË MBI
BAZËN E TREGUESIT
TË MADHËSISË SË
BIZNESIT**

EKONOMIA SHQIPTARE NË VITIN 2023

THE ALBANIAN ECONOMY IN 2023

Viti 2023 ishte një vit tjetër sfidues për ekonominë shqiptare. Rritja e ndjeshme e çmimeve në ambientin vendas dhe të huaj gjatë dy viteve të fundit, rritja e kostove të financimit, si dhe tensioni gjeopolitik, kanë qenë faktorë pengues për rritjen ekonomike dhe kanë testuar qëndrueshmërinë ekonomike dhe financiare të të gjitha vendeve të globit.

Megjithatë, edhe në këtë kontekst jo të favorshëm, ecuria e ekonomisë shqiptare ka qenë pozitive. Vëllimi i aktivitetit ekonomik ka shënuar rritje dhe, së bashku me të, janë rritur punësimi e pagat. Njëkohësisht, bilancet financiare të bizneseve dhe familjeve kanë shënuar përmirësim, borxhi publik dhe ai i huaj kanë shënuar rënie, ndërsa treguesit kryesorë të shëndetit të sektorit bankar – likuiditeti, kapitalizimi dhe përfitueshmëria – kanë shënuar përmirësim.

Paralelisht me to, inflacioni i çmimeve të konsumit shënoi një rënie të ndjeshme gjatë vitit, duke lehtësuar ndikimin negativ të tij në buxhetet familjare dhe duke reduktuar pasigurinë për bizneset.

Aktiviteti ekonomik në vend u rrit me 3.44% në vitin 2023, duke mundur rritje të punësimit e të pagave dhe rënien në minimumet historike të normës së papunësisë. Paralelisht me to, treguesit kryesorë të stabilitetit ekonomik e financiar të vendit: borxhi privat, borxhi publik dhe ai i huaj, shënuan rënie të ndjeshme dhe mbeten nën

The year 2023 was another challenging year for the Albanian economy. The significant increase in prices both domestically and internationally over the past two years, the rise in financing costs, and geopolitical tensions have been inhibiting factors for economic growth and have tested the economic and financial resilience of countries around the world.

Despite this unfavorable context, the performance of the Albanian economy was positive. Economic activity increased, leading to growth in employment and wages. At the same time, the financial balances of businesses and households improved, public and foreign debt decreased, while key indicators of the banking sector's health—liquidity, capitalization, and profitability—showed improvement.

Inflation in consumer prices saw a significant decrease during the year, easing its negative impact on household budgets and reducing uncertainty for businesses. Economic activity in the country grew by 3.44% in 2023, allowing for increases in employment and wages, and bringing the unemployment rate to historical lows. Concurrently, key indicators of the country's economic and financial stability—private debt, public debt, and foreign debt—showed a notable decrease and remained under control. Economic growth was primarily supported by

Të dhëna kryesore makroekonomike 2013-2023

	2013	2014	2015	2016
Inflacioni vjetor (%) fund v/v	1,90	0,70	2,00	2,20
Shkalla e papunësië (%)	15,93	17,50	17,30	14,20
Norma reale e rritjes së PBB (%)	1,00	1,77	2,23	3,31
PBB me çmimet aktuale (miliard lek)	1 350,60	1 395,30	1 427,80	1 472,50
PBB për frymë (USD)	4 410,70	4 578,70	3 952,80	4 124,00
Borxhi publik (% të PBB-së)	70,40	72,10	72,7	72,4
Deficiti i buxhetit (% të PBB-së)	(4,90)	(5,20)	(4,10)	(1,80)
Kursi mesatar i këmbimit (lek për 1 eur)	140,26	139,90	139,70	137,40
Kursi mesatar i këmbimit (lek për 1 USD)	105,67	105,50	126,00	124,10
Totali aktiveve në sektorin bankar (milion lek)	1 234 321,00	1 293 721,00	1 317 843,00	1 407 286,00
Totali huave (në milion Lek)	547 928	559 987	546 794	547 602
Pesha e kredisë në lek	0,40	0,42	0,44	0,47
Totali depozitave në milion lek	950 088	977 421	985 574	1 014 197
Niveli i kredive me probleme (% ndaj totalit)	23,22	22,76	18,22	18,26
Llogaria korente (mln euro)	(891,00)	(1 076,00)	(884,00)	(813,00)
Llogaria korente (% ndaj PBB)	(10,60)	(12,90)	(8,60)	(7,60)
Importet (mln euro)	(3 695,55)	(3 944,85)	(3 889,92)	(4 215,78)
Eksportet (mln euro)	1 732,00	1 826,00	1 737,02	1 772,18
Transferta nga emigrantët (mln eur)	545,00	592,00	598,00	615,00

Burimi: Ministria e Financave, Buxheti afatmesëm 2024-2026, BSH, INSTAT,

*Gjysmë finale

** Paraprake

kontroll. Rritja ekonomike u mbështet kryesisht nga zgjerimi i aktivitetit në sektorin e shërbimeve - si pasojë e rritjes së shpejtë të të ardhurave nga turizmi – dhe në atë të ndërtimit. Kjo ecuri pasqyroi rritjen e kërkesës së huaj për shërbime, ndërkohë që rritja e konsumit dhe e investimeve ishte disi më e ngadaltë, ndërsa politika fiskale pati një ndikim neutral. Në përputhje me profilin e aktivitetit ekonomik, rritja e punësimit gjatë kësaj periudhe u përqendrua kryesisht në sektorin e shërbimeve.

Rritja e kërkesës për punë nga bizneset dhe mungesat në rritje në tregun e punës, u pasqyruan në një rritje të shpejtë dhe me bazë të gjerë të pagave. Gjatë tre tremujorëve të parë të vitit, paga mesatare në sektorin privat u rrit me 13%. Kjo rritje vijoi të mbështesë të ardhurat dhe konsumin e familjeve, por ajo u pasqyrua në rritjen e shpejtë të kostove të prodhimit dhe mbajti të larta presionet e brendshme inflacioniste. Paga mesatare mujore për një të punësuar me pagë në fund të 2023-t ishte 75,025 lekë. Në krahasim me fundin e vitit 2022, ndryshimi i pagës mesatare

the expansion of activity in the services sector— due to the rapid increase in tourism revenues— and in the construction sector. This performance reflected the increase in foreign demand for services, while consumption and investment growth was somewhat slower, and fiscal policy had a neutral impact. Consistent with the profile of economic activity, the increase in employment during this period was mainly concentrated in the services sector.

The increased demand for labor from businesses and growing shortages in the labor market were reflected in a rapid and broad-based increase in wages. During the first three quarters of the year, the average wage in the private sector increased by 13%. This increase continued to support household income and consumption but was also reflected in the rapid rise in production costs and maintained high internal inflationary pressures. The average monthly wage for an employee at the end of 2023 was 75,025 lek. Compared to the end of 2022, the change in the

2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1,80	1,80	1,10	1,10	3,70	7,4	4,00
13,60	12,30	11,20	11,80	11,40	10,9	10,7
3,80	4,02	2,09	(3,30)	8,91*	4,86**	3,44**
1 551,30	1 636,70	1 691,90	1 644,10	1 889,80	2 138,30	2 311,7
4 531,00	5 287,70	5 380,70	5 317,00	6 336,50	6 771,30	8 180,2
70,1	67,7	65,8	74,5	73,16	66,97	59,2
-2,00	(1,60)	(1,90)	(6,70)	(3,20)	-2,6	(1,40)
134,10	127,6	123,00	123,80	122,44	118,92	108,75
119,00	108,01	109,84	108,50	103,50	113,15	100,62
1 445 330,00	1 452 926,00	1 475 551	1 581 466	1 773 793	1 877 308	1 965 276
550 280	532 628	570 792	608 780	666 178	713 552	743 715
0,50	0,51	0,52	0,52	0,52	0,52	0,57
1 001 671	988 842	1 027 253	1 112 433	1 216 059	1 271 642	1 304 310
13,23	11,08	8,37	8,11	5,65	5,00	4,74
(866,00)	(865,00)	(1 089,00)	(1 153,00)	(1 167,00)	(1 063,00)	(191)
(7,50)	(6,80)	(8,00)	(9,22)	(8,25)	(6,19)	(0,91)
(4 668,80)	(5 050,00)	(5 111,01)	(4 889,03)	(6 509,00)	(8 054,08)	(8 024,60)
2 035,53	2 444,00	2 352,68	2 196,72	2 998,00	4 125,29	4 028,00
636,00	670,00	702,00	673,00	761,00	834,00	929,00

mujore bruto për një të punësuar ishte me një zgjerim prej 13.7%,

Shkalla e papunësisë, për popullsinë 15 vjeç e lart, arriti 10.70% në fund të 2023-it, me rënie të lehtë prej 0.20 pikë përqindjeje, duke reflektuar kërkesën e lartë për fuqi punëtore, sidomos në sektorin e shërbimeve, si pasojë e ecurisë së mirë të turizmit, por edhe mungesën e forcës së disponueshme, të ndikuar nga emigracioni. Megjithatë, shkalla e papunësisë tek të rinjtë ishte në rritje me 0.60 pikë përqindje, duke arritur në 22%. Mungesa e fuqisë punëtore vijon të identifikohet si një nga faktorët kryesorë kufizues për rritjen e mëtejshme të aktivitetit nga kompanitë private, çka sugjeron se presionet për rritjen e pagave mund të vijojnë. Rritja e pagave ka mbështetur rritjen e të ardhurave të disponuara të familjeve shqiptare, duke financuar dhe zgjerimin e konsumit. Nga ana tjetër, rritja e pagave ka rritur kostot e punës, duke ushtruar presion për rritjen e çmimeve.

Inflacioni erdhi në rënie gjatë vitit 2023, duke zbritur nga niveli 7.4% në fillim të vitit, në nivelin

average gross monthly wage for an employee was an increase of 13.7%.

The unemployment rate for the population aged 15 and over reached 10.70% at the end of 2023, a slight decrease of 0.20 percentage points, reflecting the high demand for labor, especially in the services sector due to the strong performance of tourism, but also the lack of available labor influenced by emigration. However, the youth unemployment rate increased by 0.60 percentage points, reaching 22%. The shortage of labor continues to be identified as a key limiting factor for further activity growth by private companies, suggesting that pressures for wage increases may persist. Wage growth has supported the increase in disposable income for Albanian households, financing and expanding consumption. On the other hand, wage increases have raised labor costs, exerting pressure on price increases.

Inflation declined during 2023, falling from 7.4% at the beginning of the year to 4% by the end. This trend was influenced by the decline

Të dhënat për sektorin bankar

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Totali aktiveve (milion lek)	624 410	742 543	833 681	886 309	990 631	1 120 168
totali aktiveve ndaj PBB (%)	69,40	75,60	76,63	77,20	81,00	86,40
Totali huave ndaj PBB (%)	21,67	29,75	35,72	38,52	39,30	41,20
Totali depozitave ndaj PBB	57,04	62,28	56,96	57,92	63,94	66,60
Kredia për ekonominë ndaj totalit të aktiveve (%)	31,50	39,10	47,20	49,60	48,70	48,37
Totali huave (në milion Lek)	195 747	293 864	396 264	440 397	483 130	541 900
pesha e kredisë në lek	0,29	0,28	0,29	0,32	0,33	0,35
Pesha e kredisë në monedhë të huaj	0,71	0,72	0,71	0,68	0,67	0,65
Totali depozitave në milion lek	503 203	602 653	619 790	662 426	785 225	875 230
Pesha e depozitave në lek	0,62	0,58	0,58	0,56	0,51	0,52
Pesha e depozitave në monedhë të huaj	0,38	0,42	0,42	0,44	0,49	0,48
Rezultati neto (në miliard lek)	7,40	10,20	7,30	3,50	6,70	0,71
Raporti i kthimit nga aktivet (%)	1,50	1,57	0,91	0,42	0,72	0,07
Raporti i kthimit mbi kapitalin (%)	20,20	20,74	11,35	4,58	7,58	0,76
Norma e Mjafueshmërisë së kapitalit (%)	18,10	17,08	17,23	16,17	15,38	15,56
Niveli i kredive me probleme (% ndaj totalit)	3,06	3,31	6,46	10,27	13,61	18,94
Paraja jashtë korporatave depozituese (miliard lek)	163,00	154,00	195,00	209,00	195,00	194,90
Oferta e parasë- detyrimet e parasë së gjerë (miliard lek)	666,00	757,00	815,00	871,00	980,00	1 070,00
PJB/oferta e parasë (%)	24,50	20,30	23,90	24,00	20,00	18,20

Burimi: Banka e Shqipërisë

4% në fund të tij. Kjo ecuri u ndikua nga rënia e inflacionit në tregjet e huaja, mbiçmimi i kursit të këmbimit dhe efekti i kahut normalizues të politikës sonë monetare. Megjithatë, presionet e brendshme inflacioniste mbetën relativisht të forta, në pasqyrim të kërkesës relativisht të lartë për mallra e shërbime dhe të rritjes së shpejtë të pagave e të kostove të prodhimit.

Pozicioni fiskal i vendit shënoi, po ashtu, përmirësim, të pasqyruar në reduktimin e njëkohshëm të deficitit buxhetor dhe të borxhit publik, të cilët zbritën në nivelet minimale të më shumë se një dekade, respektivisht në 1.4% dhe 59.2% të PBB-së. Ky përmirësim reflektoi kursin konsolidues të politikës fiskale, vijimin e trendit rritës të ekonomisë, si dhe mbiçmimin e kursit të këmbimit. Reduktimi i borxhit publik rrit hapësirat fiskale për reagim ndaj goditjeve të ardhshme, si dhe ndihmon në uljen e primeve të rrezikut dhe të kostove të financimit të të gjithë operatorëve të ekonomisë shqiptare

Sektori bankar shqiptar e mbylli vitin 2023 me një rezultat financiar pozitiv, me një nivel të

inflation in foreign markets, the appreciation of the exchange rate, and the normalizing effect of our monetary policy. However, domestic inflationary pressures remained relatively strong, reflecting relatively high demand for goods and services and the rapid increase in wages and production costs.

The fiscal position of the country also improved, reflected in the simultaneous reduction of the budget deficit and public debt, which fell to their lowest levels in over a decade, respectively 1.4% and 59.2% of GDP. This improvement reflected the consolidative course of fiscal policy, the continuation of the economic growth trend, and the appreciation of the exchange rate. The reduction in public debt increased fiscal space for responding to future shocks and helped lower risk premiums and financing costs for all Albanian economic operators.

The Albanian banking sector ended 2023 with a positive financial result, a high level of liquidity and capitalization indicators, and

2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1 187 983	1 234 321	1 293 721	1 317 843	1 407 286	1 445 330	1 452 926	1 475 551	1 581 466	1 773 793	1 877 308
88,24	90,89	91,50	91,22	93,70	92,94	88,18	87,37	100,58	100,25	91,21
41,20	40,35	39,61	37,82	36,46	35,39	32,33	33,78	39	37,65	34,67
69,10	69,96	69,13	68,34	67,53	64,41	60,00	60,80	70,75	68,73	62,07
46,70	44,39	43,28	41,47	38,91	38,05	36,66	38,67	38,49	37,55	38,01
554 732	547 928	559 987	546 794	547 602	550 280	532 628	570 792	608 780	666 178	713 552
0,39	0,40	0,42	0,44	0,47	0,50	0,51	0,52	0,52	0,52	0,52
0,62	0,60	0,58	0,56	0,53	0,50	0,49	0,48	0,48	0,48	0,48
930 703	950 088	977 421	985 574	1 014 197	1 001 671	988 842	1 027 253	1 112 433	1 216 059	1 277 510
0,51	0,52	0,52	0,50	0,48	0,48	0,46	0,45	0,46	0,45	0,43
0,49	0,48	0,48	0,50	0,52	0,52	0,54	0,55	0,54	0,55	0,57
3,76	6,56	11,19	15,69	9,27	22,07	18,39	19,89	16,87	21,63	21,68
0,33	0,54	0,89	1,20	0,74	1,51	1,32	1,56	1,02	1,33	0,94
3,78	6,43	10,53	13,16	7,15	15,71	12,14	14,28	8,65	12,17	8,48
16,17	17,96	16,84	16,04	15,71	16,60	18,24	18,28	18,32	18,08	18,58
22,76	23,22	22,76	18,22	18,26	13,23	11,08	8,37	8,11	5,65	5,00
192,70	198,90	217,66	230,60	249,25	265,26	275,28	291,40	344,56	366,25	387,65
1 123,40	1 148,90	1 195,08	1 216,17	1 263,45	1 266,09	1 263,93	1 318,37	1 456,99	1 582,31	1 665,23
17,15	17,31	18,21	18,96	19,73	20,90	21,78	22,10	23,65	23,15	23,28

lartë të treguesve të likuiditetit e të kapitalizimit të veprimtarisë, dhe me tregues të përmirësuar të cilësisë së kredisë. Ai shfaqet rezistent ndaj goditjeve dhe me rreziqe të kontrolluara. Sipas të dhënave të Bankës së Shqipërisë, totali i aktiveve të sistemit në fund të vitit 2023 arriti në 1.97 trilionë lekë, me një zgjerim prej 4.68% në krahasim me fundin e vitit 2022. Stoku i kredisë arriti në 743 miliardë lekë, me zgjerim prej 4.22% me bazë vjetore. Fitimi i sistemit për vitin 2023, i raportuar sipas standardeve lokale, ishte 32.48 miliardë lekë, me rritje prej 49.84% në krahasim me vitin e mëparshëm. Kreditë me probleme e mbyllën vitin në nivelin e 4.74%, nga 5.00% në dhjetor 2022.

Prurjet e emigrantëve për vitin 2023 ishin 929 milionë euro, me një rritje prej 11.39% në raport me të njëjtën periudhë të një viti më parë. Ky është niveli më i lartë i transfertave që emigrantët sjellin në vend, të paktën që prej vitit 2008, kur Banka e Shqipërisë raportoi të dhënat dhe reflekton kryesisht rigjallërimin e ciklit të emigracionit në vend, që pas vitit 2016.

Investimet e huaja direkte në Shqipëri u

improved credit quality indicators. It appears resilient to shocks with controlled risks. According to data from the Bank of Albania, the total assets of the system at the end of 2023 reached 1.97 trillion lek, an increase of 4.68% compared to the end of 2022. The loan stock reached 743 billion lek, with an annual growth of 4.22%. The system's profit for 2023, reported according to local standards, was 32.48 billion lek, an increase of 49.84% compared to the previous year. Non-performing loans ended the year at 4.74%, down from 5.00% in December 2022.

Remittances from emigrants in 2023 amounted to 929 million euros, an increase of 11.39% compared to the same period a year earlier. This is the highest level of transfers brought to the country by emigrants, at least since 2008, when the Bank of Albania began reporting data, and mainly reflects the revival of the migration cycle in the country since 2016.

Foreign direct investments in Albania increased by 8.70% in 2023, reaching 1.49 billion

rritën me 8.70% në vitin 2023, duke arritur në 1.49 miliardë euro, niveli më i lartë i regjistruar ndonjëherë. Megjithatë, ritmet e rritjes u ngadalësuan, në krahasim me 33.02%, që ishte zgjerimi vitin e mëparshëm. Për të dytin vit radhazi, “Aktivitetet e pasurive të paluajtshme” ishin grupi kryesor i investimeve të huaja, i ndikuar nga kthimi i vendit në destinacion turistik, që ka nxitur blerjet e të huajve, kryesisht në zonat bregdetare. Në 2023, investimet në pasuri të paluajtshme zunë 21.78% të totalit, nga 11.40% që ishte kjo peshë në 2018-n. “Industria nxjerrëse” ishte aktiviteti i dytë që tërhoqi më shumë investime, me 18.10% të totalit, si rrjedhojë e investimeve në industrinë nxjerrëse të naftës. Kontribuuesi i tretë ishin “Aktivitete financiare dhe të sigurimit”, me 16.02% të totalit, të ndikuara kryesisht nga rritja e kapitalit të sektorit bankar, si rrjedhojë e kërkesave rregullatore të Bankës së Shqipërisë.

Ndryshe nga investimet e huaja, eksportet kishin tendencë rënëse të ndikuara nga zhvlerësimi i euros. Eksportet ranë me 9.55% me bazë vjetore në 2023-n, pas zgjerimit me 32.01% në 2022-n. Përveç grupit “Ushqime, pije alkoolike dhe duhan”, të gjithë të tjera rezultuan me ecuri negative.

Kursi mesatar i euros ndaj monedhës vendase në vitin 2023 ishte 108.75 lekë për një euro, duke u nënçmuar me 8.55% në raport me vitin e mëparshëm. Rënia e euros ka reflektuar ofertën e lartë për valutë në treg, rritjen e investimeve të huaja, përmirësimin e ndjeshëm të deficitit të llogarisë korente, kryesisht nga rritja e prurjeve të emigrantëve dhe të hyrat nga turistët. Kjo është mesatarja më e ulët vjetore historike e euros, që nga viti 2002, kur ajo filloi të tregtohej fizikisht.

Burimi: Banka e Shqipërisë,
INSTAT, Ministria e Financave

euros, the highest level ever recorded. However, the growth rate slowed compared to 33.02% in the previous year. For the second consecutive year, “Real Estate Activities” was the leading group of foreign investments, influenced by the country’s return as a tourist destination, which has encouraged foreign purchases, mainly in coastal areas. In 2023, investments in real estate accounted for 21.78% of the total, up from 11.40% in 2018. “Extractive Industry” was the second activity attracting the most investments, with 18.10% of the total, due to investments in the oil extraction industry. The third contributor was “Financial and Insurance Activities,” with 16.02% of the total, mainly influenced by the increase in the banking sector’s capital, due to regulatory requirements of the Bank of Albania.

Unlike foreign investments, exports had a downward trend influenced by the depreciation of the euro. Exports fell by 9.55% year-on-year in 2023, following a 32.01% increase in 2022. Apart from the “Food, Alcoholic Beverages, and Tobacco” group, all other categories showed negative performance.

The average exchange rate of the euro against the local currency in 2023 was 108.75 lek per euro, depreciating by 8.55% compared to the previous year. The depreciation of the euro reflected the high supply of foreign currency in the market, increased foreign investments, and a significant improvement in the current account deficit, mainly from increased remittances and tourist revenues. This is the lowest historical annual average for the euro since 2002, when it began being physically traded.

Source: Bank of Albania,
INSTAT, Ministry of Finance

200 kompanitë më të mëdha, sipas qarkullimit vjetor (milione euro*)

NR	Subjekti	Aktiviteti	TE ARDHURAT	
			2022	2023
1	KASTRATI GROUP	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	905	675
2	OSHEE GROUP SHA	Shpërndarje e energjisë elektrike	736	726
3	KORPORATA ELEKTROENERGJITIKE SHQIPTARE*	Prodhimi i energjisë elektrike	357	408
4	KURUM INTERNATIONAL SH.A.	Metalurgia	448	366
5	GEGA OIL GROUP	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	430	354
6	BIG MARKET		238	258
7	EUROPETROL DURRES ALBANIA	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	192	215
8	KASTRATI	Tregtia me pakicë e karburantit	209	195
9	BANKERS PETROLEUM ALBANIA LTD	Nxjerrja e naftës bruto	260	194
10	INTER DISTRIBUTION SERVICES	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	172	188
11	NOA ENERGY TRADE	Tregtia e energjisë elektrike	144	187
12	GSA	Tregtia e energjisë elektrike	402	186
13	INFO-TELECOM	Telekomunikacione të tjera	276	176
14	VODAFONE ALBANIA	Telekomunikacioni	167	175
15	DEVOLL HYDROPOWER	Prodhimi i energjisë elektrike	199	160
16	AV INTERNATIONAL GROUP	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	161	156
17	AGNA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	171	154
18	ALBAMETAL	Metalurgia	111	141
19	PHILIP MORRIS ALBANIA SHPK	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	132	146
20	CREDINS BANK	Veptrimari financiarë		128
21	BOLV - O I L SHA	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	132	125
22	ALFA SH.A.	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	119	124
23	ANTEA CEMENT	Prodhimi i çimentos	119	117
24	ONE ALBANIA	Telekomunikacioni	93	117
25	ALBPETROL SHA	Nxjerrja e naftës bruto	136	116
26	GJOKA KONSTRUKSION	NDËRTIMI-Punime inxhinjerie	78	105
27	SPAR ALBANIA	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	91	104
28	EDUART 2010	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	98	103
29	ENER TRADE	Tregtia e energjisë elektrike	415	101
30	TOBACCO HOLDING GROUP	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	91	101
31	OPERATORI SISTEMIT TRANSMETIMIT OST	Transmetimi i energjisë elektrike	105	98
32	SHIJAKU	NDËRTIMI-Punime inxhinjerie	111	97
33	AGRO BLEND GROUP	Tregtia me shumicë e lëndëve të para bujqësore dhe kafshëve të gjalla	80	94
34	EROIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	153	94
35	GENER 2	NDËRTIMI-Punime inxhinjerie	85	92
36	MARKETING & DISTRIBUTION	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	82	88
37	NEPTUN	Tregtia me pakicë e pajisjeve elektroshtëpiake	81	82
38	TIRANA INTERNATIONAL AIRPORT SHPK	Shërbime të lidhura me transportin ajror	81	98
39	ALBCHROME	Nxjerrja e mineraleve të tjera jo-metalore	180	79
40	SKENDERI G	Tregtia me pakicë e karburantit	82	77
41	CFO PHARMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	70	72
42	E. H. W.	Prodhimi dhe përpunimi i mishit dhe produkteve me bazë mishi	73	72
43	TENET	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	83	71
44	SHOQËRI E THJESHTË INTEKAR - ASL	NDËRTIMI-Punime inxhinjerie	51	71
45	GEGA CENTER GKG	Tregtia me pakicë e karburantit	75	70

46	GREEN COAST	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerie	55	69
47	GEN - I TIRANA	Tregtia e energjisë elektrike	195	69
48	FUSHE-KRUJE CEMENT FACTORY	Prodhimi i çimentos	39	68
49	ALBANIA MARKETING SERVICE	Aktivitetet të qendrave telefonike (call center)	69	68
50	SALILLARI	NDËRTIMI-Punime inxhinjerie	76	67
51	ITX ALBANIA	Tregtia me pakicë e tekstileve në dyqane të specializuara	53	64
52	OLSI	Tregtia me pakicë e karburantit	74	62
53	ROSSMANN-LALA	Tregtia me pakicë e mallrave të tjerë në dyqane të specializuara	46	61
54	ALBANIAN DISTRIBUTION & DEVELOPMENT	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	58	60
55	BRITISH AMERICAN TOBACCO-ALBANIA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	52	59
56	YURA CORPORATION ALBANIA	Prodhimi i mjeteve të transportit,	52	57
57	ZICO	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore	56	57
58	COCA-COLA BOTTLING SHQIPËRIA	Prodhimi i pijeve freskuese	50	57
59	ELKA-SA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	53	56
60	NOSTA OIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	73	55
61	SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA	Aktivitetet siguruese dhe të fondeve të pensioneve	52	54
62	LC WAIKIKI RETAIL AL SH.P.K	Tregtia me pakicë e tekstileve në dyqane të specializuara	50	54
63	EX FIS	Tregtia me pakicë e karburantit	56	54
64	AIR ALBANIA	Transporti ajror i pasagjerëve	49	53
65	LARTI - SHPK	Tregtimi i materialeve të ndërtimit	60	53
66	AMERICAN HOSPITAL	Aktivitetet të spitaleve	54	52
67	IKONA	Tregtia me shumicë e mbeturinave dhe skrapit	65	52
68	BRUNES	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	51	52
69	BALFIN CONSTRUCTION	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerie	47	49
70	REJSI FARMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	45	49
71	AL.GLOBAL OIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	40	49
72	DELTA PHARMA - AL	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	44	46
73	4 A-M	Instalime elektrike	41	46
74	GJIKURIA	NDËRTIMI-Punime inxhinjerie	38	46
75	ISM MARKETING 2022	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	27	46
76	PORSCHE ALBANIA SH.P.K	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	29	45
77	ALB - STAR	NDËRTIMI-Punime inxhinjerie	63	44
78	R.B.H. BELINË	Tregtia me pakicë e karburantit	34	44
79	DIGIT-ALB	Filma, video dhe aktivitetet të prodhimit të programeve televizivë	32	30
80	UJËSJELLËS KANALIZIME TIRANË	Grumbullimi, trajtimi dhe furnizimi me ujë	46	43
81	RAFAELO 2002	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerie, hoteleri	59	43
82	FERRA & CO	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	46	42
83	EUROPETROL EXPORT	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	31	42
84	SEWS-CABIND ALBANIA	Prodhimi i pjesëve të mjeteve të transportit,	29	40
85	CONAD ALBANIA	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	42	40
86	EVEREST	Prodhimi i aluminit	72	39
87	ALBANIA MOTOR COMPANY	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	37	39
88	CONAD FOOD TRADE	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	34	38
89	ALBAELETTRICA	Instalime elektrike	40	38
90	ITD SH.P.K	Tregtia me shumicë e kompjuterave	34	38
91	DAST (DELTA ADHESIVE STRUCTURAL TECH)	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	35	38
92	DIAMBE	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	27	37
93	KLODI SH.A	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	35	37
94	AYEN AS ENERGJI	Prodhimi i energjisë elektrike	102	37
95	INFOSOFT SYSTEMS	Aktivitetet të programimit informatik	33	37
96	TRIMED	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	34	37
97	MEKTRIN MOTORS	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	30	37
98	FUSHA	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerie	32	36
99	G.P.G. COMPANY	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerie	40	36

100	ALBSTEEL	Tregtia me shumicë e metaleve dhe mineraleve	34	36
101	HAKI SINANI	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	32	35
102	KOMBINATI MISHIT	Prodhimi dhe përpunimi i mishit dhe produkteve me bazë mishi	30	36
103	LAJTHIZA INVEST	Prodhimi i ujit mineral dhe ujërave të tjerë në shishe	27	36
104	HYSEN KHANGOLI	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	22	35
105	PRIMALL	Imp-exp, shpërndarje e cigareve	32	35
106	ASSIST	Aktivitetet të shërbimit të informacionit, call center	29	35
107	BILLA & CO	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	37	35
108	ALBSIG	Aktivitetet siguruese dhe të fondeve të pensioneve	30	35
109	COLACEM ALBANIA SHPK	Prodhimi i çimentos	35	34
110	ALBAWINGS	Transporti ajror i pasagjerëve	44	34
111	INTERMED	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	32	34
112	ADRIA ENTERTAINMENT	Aktivitetet të lojrave të fatit dhe basteve	31	33
113	AIR BP ALBANIA	Tregtia me pakicë e karburantit	12	33
114	TEUTA DURRES	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	29	33
115	ALB-BUILDING	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerike	28	33
116	ECO MARKET FOOD	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	31	33
117	AGI KONS	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerike	43	33
118	INC S.P.A.	NDËRTIMI-Punime inxhinjerike	24	32
119	RDA PETROL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	44	32
120	ALBCONTROL	Kontrolli i trafikut ajror	27	32
121	ALBTOURS "D" - VAS TOUR OPERATORE	Aktivitetet të agjencive të udhëtimit	27	32
122	B.M SHPK	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	28	32
123	ALFARMAKOS	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	30	31
124	EUROSIG SHA	Aktivitetet siguruese dhe të fondeve të pensioneve	26	31
125	MEGATEK	Aktivitetet të ndërmjetësimit për shitjen e një varieteti mallrash	31	31
126	EVEREST OIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	45	31
127	GLOBUS-TRAVEL	Aktivitetet të agjencive të udhëtimit	25	31
128	BERDICA CEMENT	Prodhimi i çimentos	29	31
129	AUTO STAR ALBANIA	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	23	30
130	CORAL	Përpunimi dhe konservimi i peshkut, krustaceve dhe molusqeve	33	30
131	ORION	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerike	17	30
132	FONDI BESA	Aktivitetet të tjera garantimit të kredise	28	30
133	POSTA SHQIPTARE SH.A	Aktivitetet të postës dhe korigjerës	29	30
134	ZENI DISTRIBUTION 2020	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	33	30
135	ECFA (ISH KREDO FINANCE)	Aktivitetet të tjera garantimit të kredise	25	30
136	SIGMA VIENNA INSURANCE GROUP	Aktivitetet siguruese dhe të fondeve të pensioneve	29	30
137	KONTAKT SHPK	Ndërtimi i ndërtesave	34	30
138	KADIU	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	26	30
139	TIRANA CASH & CARRY	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore	28	29
140	INTERLOGISTIC	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	28	29
141	NOVA CONSTRUCTION GROUP	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjerike	27	29
142	GLOBE SHOPS	Tregtia me pakicë e pajisjeve shtëpiake në dyqane të specializuara	27	29
143	MSSC (MILITARY SYSTEM SUPPLY COMPANY)	tregtimin e artikujve të ndryshëm për ushtrinë	7	29
144	DREJT. PERGJ. E SHERB. TRANS. RRUG.**	Shërbime të lidhura me transportin rrugor	35	29
145	ALUMIL - ALBANIA	Prodhimi i aluminit	33	29
146	INTERNATIONAL HOSPITAL	Aktivitetet të spitaleve	28	29
147	ILMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	27	28
148	2A & 2E	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	31	28
149	R&T	Aktivitetet të programimit informatik	29	28
150	INTER TRADE & DISTRIBUTION	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	24	28
151	FERRO BETON & CONSTRUCTION CO	Prodhimi i artikujve prej betoni, çimento dhe alçie	24	28
152	GJOKA 87	NDËRTIMI-Punime inxhinjerike	26	28
153	AUTO-PASION	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	23	28

154	PARK CONSTRUCTION ALBANIA	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	22	28
155	MEGAPHARMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	24	27
156	MACCAFERRI BALKANS	Prodhimi i telava dhe kabllave të izoluar	24	27
157	KID ZONE	Tregtia me pakicë e mallrave të ndryshëm	26	27
158	BESNIKU	Tregtia me shumicë e lëndëve të para bujqësore	110	27
159	ALEAT	Koncesioni i prodhimit të pasaportave	54	26
160	AUTORITETI PORTUAL DURES	Shërbime portuale	26	26
161	KASTRATI CONSTRUCTION	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	23	26
162	ALESIO - 2014	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	26	26
163	DENISA	Tregtimi i lëndës drusore dhe materialeve të ndërtimit	28	26
164	FERAMARK	Tregtia me pakicë e produkteve	20	26
165	VELIAJ PETROL	Tregtia me pakicë e karburantit	28	26
166	ADRIA FERRIES AGENCY	Shërbime agjencie detare	31	26
167	INTERBRANDS	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	22	25
168	ZODIAC	Tregtia me shumicë e mbeturinave dhe skrapit	43	25
169	DAS OIL	Tregtia me pakicë e karburantit	30	25
170	EXTRAMARKET	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore, pije dhe duhan në dyqane të specializuara	22	25
171	KOSMONTE FOODS TIRANA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	24	25
172	AMA RECYCLING	Tregtia me shumicë e mbeturinave dhe skrapit	31	25
173	BALKAN MONARK TRADE	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	22	25
174	TYRES GROUP ALBANIA	Tregtia e pjesëve dhe aksesoreve të automjeteve	16	25
175	S&D INVEST	Ndërtim, Menaxhimi dhe administrimi i pronës	3	24
176	DELTA	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	32	24
177	AZA ELEKTROSHTPIAKE	Tregtia me pakicë e pajisjeve shtëpiake në dyqane të specializuara	24	24
178	ITE GROUP	Instalime elektrike	25	24
179	MBM	Tregtia me shumicë e lëndëve të para bujqësore	33	24
180	TV KLAN	Filma, video dhe aktivitete të prodhimit të programeve televizive	20	24
181	GECI	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike, hotelieri	25	24
182	ILYRIAN GUARD	Shërbime të ruajtjes së sigurisë fizike	21	23
183	ANTE-GROUP	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	14	23
184	PËRPARIMI	Tregtia me shumicë e metaleve dhe mineraleve	29	23
185	INTERSIG VIENNA INSURANCE GROUP	Aktivitetet siguruese dhe të fondeve të pensioneve	22	23
186	2 T	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	19	22
187	ENERGJI ASHTA	Prodhimi i energjisë elektrike	19	22
188	EVITA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	22	22
189	SALI ELEKTRIK SHPK	Instalime elektrike	23	22
190	ALBACO SHOES	Prodhimi i këpucëve	21	22
191	D&E	Konfeksionimi i veshjeve	9	22
192	SCHLUMBERGER OVERSEAS S.A	Shërbime kërkimi në fushën e operacioneve hidrokarbure	19	22
193	CWI-ALBANIA (ÇOKYASAR WIRE INDUSTRY ALBANIA)	Prodhimi i telava dhe kabllave të izoluar	26	21
194	SISAL ALBANIA	Aktivitetet të qendrave telefonike (call center)	16	21
195	ARLIS - NDERTIM	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	53	21
196	REGENCY INTERNATIONAL CASINO TIRANA	Aktivitetet të lojrave të fatit dhe basteve	23	21
197	ERZENI SHPK	Përpunimi i produkteve të qumështit	18	21
198	ALBANIAN HIGHWAY CONCESSION	Punime inxhinjrike, zbatim koncesioni mirëmbajtjes Durrës-Kukës	21	21
199	PROGEEEN	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	19	21
200	IZVOR 99 SH A	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	21	21

Burim: OKB, Tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek



SHEFQET KASTRATI

President i "Kastrati" Group

Xhiro e aktivitetit 2023: 1.1 miliardë euro
Nryshimi në % 23/22: + 10
Numri i punonjësve: 3000
Vendndodhja: Durrës

SHEFQET KASTRATI

President of "Kastrati" Group

Turnover in 2023: 1.1 billion EUR
Difference in % 23/22: + 10
No. of employees: 3000
Location: Durrës

Të thuash që "Kastrati Group" është grupimi më i madh i biznesit në Shqipëri, kjo nuk përbën lajm. Nuk është se duke thënë këtë ke thënë ndonjë gjë të re që i le të tjerët gojëhapur, pasi tashmë është i mirënjohur ky fakt. Por ajo që është interesante lidhet me dinamikën e këtij grupi. Pra, sa është rritur ai, sa i ka avancuar treguesit e tij, sa e ka përmirësuar performancën, krahasuar jo me të tjerët, por thjesht me veten. Viti 2022 ishte viti kur Kastrati Group theu kufirin e 1 miliardë eurove xhiro. Kurse gjatë vitit 2023 ai vërtetoi që ky kufi, pra 1 miliardë euro aktivitet, i përket të shkuarës, pasi çdo vit performancat e kompanive përbërëse të Kastrati Group, vetëm sa përmirësohen dhe kontribuojnë në tejkalimin e këtij kufiri. Konkretisht, gjatë vitit 2023, të gjitha kompanitë realizuan minimumi 1.1 miliardë euro xhiro, duke salduar kështu faktin që kur flasim tashmë për Kastrati Group, jemi duke folë për një grup që njësinë matëse të aktivitetit e ka me miliarda euro.

Saying that "Kastrati Group" is the largest business conglomerate in Albania is not news. It doesn't leave people speechless, as this fact is already well-known. However, what is interesting is the dynamics of this group. How much has it grown? How has it advanced its indicators? How has it improved its performance, not compared to others, but simply to itself? The year 2022 was when Kastrati Group broke the €1 billion turnover mark. During 2023, it confirmed that this €1 billion threshold belongs to the past, as every year the performances of the companies within Kastrati Group only improve and contribute to surpassing this threshold. Specifically, during 2023, all companies achieved a minimum turnover of €1.1 billion, thus solidifying the fact that when we now talk about Kastrati Group, we are talking about a group whose activity is measured in billions of euros.

Naturally, the main contributors to this magical result of Kastrati Group are the two main fuel companies: the wholesale and the retail trading

Adresa: Ura e Dajlani, Durrës
 Sekretari i Cranberries Presidenti i Grupit - tel: +355 (0) 52 265 170
 E-mail: @kastrati-group.com; sh@kastrati-group.com
 Drejtori Ekzekutiv i Grupit Kastrati - tel: +355 (0) 52 265 165
 E-mail: gk@kastrati-group.com
 Shefi i Sales Manager - tel: +355 (0) 52 265 169
 E-mail: shk@kastrati-group.com

Address: Dajlani Bridge, Durrës
 Secretary of cranberries Group President - tel: +355 (0) 52 265 170
 e-mail: @kastrati-group.com; sh@kastrati-group.com
 Executive Director of cranberries Group - tel: +355 (0) 52 265 165
 e-mail: gk@kastrati-group.com
 Head of Sales Manager - tel: +355 (0) 52 265 169
 e-mail: shk@kastrati-group.com



Natyrishit që kontributin kryesor në këtë rezultat magjik të Grupit Kastrati e kanë dy kompanitë kryesore të karburanteve: ajo e tregtimit me shumicë dhe ajo e tregtimit me pakicë. E para ka realizuar një aktivitet prej 69 miliardë lekësh, kurse e dyta 20 miliardë lekë. Krahasuar me një vit më parë ka një dinamikë të rënies, por që është kompesuar nga rritja e kompanive të tjera përbërëse të tij.

Nuk ka diskutim se në fushën e tregtimit të hidrokarbureve Kastrati është lider që prej shumë vitesh dhe mbajtja e këtij pozicioni ka qenë dhe mbetet motivi i kompanisë për tejkalimin e sfidave dhe vështirësive që ofron ekonomia e brishtë shqiptare. Gjatë gjithë këtyre viteve, Kastrati ka mbajtur një performancë të shëndetshme financiare duke rezultuar me flukse pozitive nga aktiviteti i saj operacional dhe duke e bërë një ndër bizneset më të qëndrueshme e me besueshmëri të lartë në treg. Korrektesa në marrëdhëniet me klientët, me furnitorët dhe institucionet financiare me të cilat shoqëria bashkëpunon janë guri i themelit ku mbështetet sukcesi i saj. Përveç stabilitetit, cilësisë pa kompromis dhe besueshmërisë është fokusi drejt inovacionit dhe teknologjisë që ka luajtur rol shumë të rëndësishëm në zhvillimin e kompanive që tregtojnë hidrokarbure.

ones. The first achieved an activity of 69 billion ALL, while the second 20 billion ALL. Compared to the previous year, there is a downward trend, but this has been compensated by the growth of its other constituent companies.

There is no doubt that in the field of hydrocarbon trading, Kastrati has been a leader for many years, and maintaining this position has been and remains the company's motivation for overcoming the challenges and difficulties posed by Albania's fragile economy. Throughout these years, Kastrati has maintained a healthy financial performance, resulting in positive cash flows from its operational activities, making it one of the most stable and highly trustworthy businesses in the market. Integrity in relationships with customers, suppliers, and financial institutions with which the company collaborates is the cornerstone of its success. Besides stability, uncompromising quality, and reliability, the focus on innovation and technology has played a very important role in the development of companies that trade hydrocarbons.

Kastrati is the first company to apply the bonus loyalty card scheme, electronic vouchers, and many innovative facilities for its customers. Kastrati is well-positioned in all the most important regions of the world, although the Balkans, the

Kastrati është e para shoqëri që ka aplikuar skemën e kartave bonus të besueshmërisë, tollonat elektronikë si dhe shumë facilitete inovative për klientët e saj. Kastrati është e mirëpozicionuar në të gjitha rajonet më të rëndësishme të botës, ndonëse Ballkani, Adriatiku dhe Mediterani Lindor janë bazat historike të tregtisë së kompanisë. Kastrati synon të mbështesë një rritje ekonomike afatgjatë, stabilitet social, mirëqenie dhe progres në rajonin ku operon. Kastrati ka për mision sigurimin e një rritje të qëndrueshme dhe afatgjatë të biznesit të vet, duke u shndërruar kështu në një lider i tregut të energjisë në rajon. Është një kompani e mirorganizuar dhe me kapacitete maksimale të depozitimit, transportit, shpërndarjes dhe tregtimit. Kompania ka investuar dhe zgjeruar aktivitetin në çdo cep të Shqipërisë, duke pasur mbi 90 pika, ka kapacitete depozituese në masën e 70 mijë tonëve si dhe një flotë me mbi 80 mjete.

Kastrati i ka vënë vetes synime për të krijuar

Adriatic, and the Eastern Mediterranean are the historical bases of the company's trade. Kastrati aims to support long-term economic growth, social stability, well-being, and progress in the region where it operates. Kastrati's mission is to ensure the sustainable and long-term growth of its business, thus becoming a market leader in the region's energy sector. It is a well-organized company with maximum capacities in storage, transportation, distribution, and trading. The company has invested in and expanded its activity throughout every corner of Albania, with over 90 points, storage capacities of 70,000 tons, and a fleet of over 80 vehicles.

Kastrati has set goals for creating new values, maintaining and consolidating business stability, and leadership in the fuel market. By using all available tools, such as efforts to reduce costs, increase operational efficiency, improve product and service quality, and employ the latest technologies. As a market-oriented company,





vlera të reja, për të mbajtur e konsoliduar stabilitetin e biznesit dhe lidhshpimin në tregun e karburanteve. Duke përdorë të gjitha mjetet në dispozicion si përpjekjet për uljen e kostove, rritjen e efikasitetit operacional, përmirësimin e cilësisë së produktit dhe të shërbimit, si dhe vënien në përdorim të teknologjive më të fundit. Si një kompani e orientuar drejt tregut, Kastrati është i prirur të përfitojë në mënyrë të plotë dhe të menjëhershme nga çdo mundësi që i jepet. Dija dhe eksperiencia, mendimi individual dhe menaxherial, si dhe një strukturë e sheshtë për marrjen e vendimeve, e bëjnë “Kastrati Group” një partner të fuqishëm dhe fleksibël.

Natyra e aktivitetit që ka pasur “Kastrati” ndër vite, pra marrëdhënia e përditshme me konsumatorët që ia blejnë produktet, i ka dhënë mundësi kompanisë që të ndjekë në mënyrë të përligjur dhe të arsyetuar diversifikimin e veprimtarisë, duke u shtrirë edhe në aktivitete të tjera. Nuk ka asnjë grup tjetër që të ketë aktivitet kaq të diversifikuar sa Kastrati Group.

Kështu, “Albsig” është një kompani e rëndësishme e tregut financiar të sigurimeve. Gjatë vitit 2023 ajo regjistroi 3.6 miliardë lekë prime, çka tregon se prej vitesh ajo është shndërruar në një nga kompanitë e rëndësishme të këtij tregu me një aktivitet të shumanshëm në fushën e sigurimeve Jetë dhe Jo-Jetë, duke pasur pikë të fortë kryesisht sigurimet vullnetare, por duke qenë edhe një nga kompanitë më aktive në pagesat e dëmeve karshi të siguruarve.

Rritje ka shënuar edhe “Auto Star Albania”, e

Kastrati is inclined to fully and immediately benefit from every opportunity that presents itself. Knowledge and experience, individual and managerial thinking, and a flat decision-making structure make “Kastrati Group” a powerful and flexible partner.

The nature of “Kastrati’s” activities over the years, meaning the daily relationship with consumers who purchase its products, has allowed the company to legitimately and reasonably pursue the diversification of its activities, expanding into other areas as well. There is no other group with such a diversified activity as Kastrati Group.

For example, “Albsig” is an important company in the financial insurance market. During 2023, it recorded 3.6 billion ALL in premiums, which shows that for years it has turned into one of the important companies in this market with a multi-faceted activity in the Life and Non-Life insurance



cila duhet thënë se që kur ka kaluar në pronësinë e grupit Kastrati, njih rritje të vazhdueshme nga viti në vit. Gjatë vitit 2023, kjo kompani regjistroi një aktivitet prej 3.1 miliardë lekësh, ndërkohë që një vit më parë aktiviteti i saj ishte 2.4 miliardë lekë.

Mirë kanë performuar edhe kompanitë Albanian Highway Concession dhe Tenet. Kastrati Construction ka performuar mirë në drejtim të volumit të aktivitetit.

Por ajo që ka sjellë një ndryshim shumë të rëndësishëm në fizionominë e Shefqet Kastratit si biznesmen madhështor është ecuria e “Tirana International Airport”. Qëkurse menaxhimi i këtij aeroporti ka kaluar në duart e Grupit “Kastrati”, ai ka pasur një transformim rrënjësor. Rezultatet e arritura prej tij kanë tejkaluar edhe pritshmëritë e personave më optimistë.

TIA u ka shërbyer 7,257,634 pasagjerëve gjatë gjithë vitit 2023. Kjo arritje shënon një rritje të konsiderueshme prej 40% krahasuar me një vit më parë dhe 117% më shumë se viti 2019, duke forcuar pozicionin e TIA-s si një lojtar kyç në industrinë rajonale të aviacionit.

Viti 2023 shfaq rritje të qëndrueshme përgjatë muajve të ndryshëm, duke theksuar

sektorin, me një fokus të fortë kryesisht në sigurimet vullnetare, por edhe duke qenë një nga kompanitë më aktive në pagesat të dëmshpërimit për të siguruarit.

“Auto Star Albania” ka treguar rritje, gjë që duhet të thuhet se ka parë rritje të vazhdueshme vit pas viti që nga kur u bë e saj pronësi nga grupi Kastrati. Gjatë vitit 2023, kompania regjistroi një aktivitet prej 3.1 miliardë ALL, ndërsa në vitin e kaluar aktiviteti ishte 2.4 miliardë ALL.

Albanian Highway Concession and Tenet kompanitë gjithashtu kanë performuar mirë. Kastrati Construction ka performuar mirë në drejtim të volumit të aktivitetit.

Por çfarë ka sjellë një ndryshim shumë të rëndësishëm në profilin e Shefqet Kastratit si një biznesmen i madhështor është progresi i “Tirana International Airport”. Qëkurse menaxhimi i këtij aeroporti ka kaluar në duart e grupit Kastrati, ai ka pasur një transformim rrënjësor. Rezultatet e arritura prej tij kanë tejkaluar edhe pritshmëritë e personave më optimistë.

TIA u ka shërbyer 7,257,634 pasagjerëve gjatë gjithë vitit 2023. Kjo arritje shënon një rritje të konsiderueshme prej 40% krahasuar me një vit më parë dhe 117% më shumë se viti 2019, duke forcuar pozicionin e TIA-s si një lojtar kyç në industrinë rajonale të aviacionit.



përkushtimin e aeroportit për të ofruar shërbime të shkëlqyera dhe për të nxitur udhëtimin ajror.

Totali kumulativ prej 7,257,634 pasagjerësh në vitin 2023 është dëshmi e përkushtimit të TIA-s për përsosmëri, efikasitet dhe kënaqësinë e pasagjerëve. Aeroporti ka tejkaluar vazhdimisht pritshmëritë, duke reflektuar ndikimin pozitiv të planifikimit strategjik dhe investimeve në infrastrukturë.

Përpos volumit kolosal të aktivitetit të shënuar gjatë vitit 2023, “Kastrati Group” ka qenë shumë i suksesshëm edhe sa i takon përfitueshmërisë, që në fund të fundit është edhe qëllimi kryesor pse bëhet biznes. Thujse të gjitha kompanitë përbërëse të këtij grupi kanë qenë me fitim. Edhe kompanitë e tregtimit të karburanteve janë kthyer në “rutinën” e tyre, pas një viti të pazakontë krize, sikurse ishte ai paraardhësi, ku i gjithë tregu i karburanteve u dirigjua nga ish-Bordi i Transparencës, çka u shkaktoi humbje të pazakonta.

as a key player in the regional aviation industry.

The year 2023 saw steady growth throughout the various months, emphasizing the airport’s commitment to providing excellent services and promoting air travel.

The cumulative total of 7,257,634 passengers in 2023 is a testament to TIA’s commitment to excellence, efficiency, and passenger satisfaction. The airport has consistently exceeded expectations, reflecting the positive impact of strategic planning and infrastructure investments.

In addition to the colossal volume of activity recorded during 2023, “Kastrati Group” has also been very successful in terms of profitability, which in the end is the main goal of doing business. Almost all the constituent companies of this group have been profitable. Even the fuel trading companies have returned to their “routine” after an unusual year of crisis, like the previous one, where the entire fuel market was directed by the former Transparency Board, causing them unusual losses.





SAMIR MANE

President i "Balfin Group"

Emri i kompanisë: Balfin Group
Xhiro e biznesit 2023: 390 milionë euro (vetëm në Shqipëri)
Numri i punonjësve: 4500
Vendndodhja: Tiranë

SAMIR MANE

President of "Balfin Group"

Company name: Balfin Group
Turnover 2023: 390 million EUR (only in Albania)
No. of employees: 4500
Location: Tirana

Nëse do të shtrohet pyetja se cila ishte kompania ose grupi më i suksesshëm në terma absolutë gjatë vitit 2023 në Shqipëri, kujt do mund t'i shkojë mendja tek biznesmeni i mirënjohur Samir Mane. Dhe jo pa arsye. Çdo vit kompanitë e krijuara dhe të menaxhuara prej tij performojnë në mënyrë më se të kënaqshme, por gjatë vitit 2022 ato kanë pasur rezultate ekonomiko-financiare të tilla, që e bëjnë "Balfin Group"-in absolutisht më të suksesshmin e vitit, ndonëse jo më të madhin. Megjithëse edhe sa u takon përmasave sasiore "Balfin Group" renditet ndër më të mëdhenjtë e vendit. Gjashtë nga kompanitë e këtij grupi u futën ndër 200 kompanitë më të mëdha të Shqipërisë.

Spar Albania rezultoi kompania më e madhe e grupit Balfin për vitin 2023. Me një xhiro prej 9.3 miliardë lekësh, ajo siguroi një rritje impresionuese krahasuar me vitin paraardhës. E themeluar në vitin 2015, ajo operoi me 80 markete, nga të cilat, 38 nën menaxhimin e drejtëpërdrejtë, dy hipermarkete dhe 42 markete të tjera me modelin FRANCHISE. Gjatë vitit

If one were to ask which company or group was the most successful in absolute terms in Albania during 2023, many would think of the well-known businessman Samir Mane. And not without reason. Every year, the companies created and managed by him perform exceptionally well, but in 2023 they achieved such strong economic and financial results that made "Balfin Group" absolutely the most successful of the year, even if not the largest. However, in terms of size, "Balfin Group" also ranks among the largest in the country. Six of the group's companies made it into the top 200 largest companies in Albania.

Spar Albania emerged as the largest company within the Balfin Group for 2023. With a turnover of 9.3 billion lekë, it secured impressive growth compared to the previous year. Established in 2015, it operated with 80 markets, of which 38 were directly managed, two hypermarkets, and 42 others under the FRANCHISE model. During 2023, 40,000 products circulated in the Spar Albania supermarket chain, including beverages, food items, cosmetics, detergents, bio products,

Adresa: Rruga 'Papa Gjon Pali II', Qendra e Biznesit ABA, Kati 11, Tiranë, Shqipëri
 Tel: +355 4 2389250
 Fax: +355 4 2389251
 Email: @balfin.al

Address: Rruga 'Papa Gjon Pali II', ABA Business Center, Floor 11, Tirana, Albania
 Tel: +355 4 2389250
 Fax: +355 4 2389251
 Email: @balfin.al



2023 në zinxhirin e supermarketeve të “Spar Albania” janë ofruar e kanë qarkulluar 40 mijë produkte si pije, artikuj ushqimorë, kozmetikë, detergjentë, produkte bio, tekstile etj., dhe janë shërbyer rreth 11,6 milionë klientë, me një rritje prej 7.6 për qind, krahasuar me një vit më parë.

Jo vetëm performancë të mirë, por edhe përmirësim të saj, në krahasim me një vit më parë pati edhe Neptun. Kjo kompani arriti që të sigurojë një volum aktiviteti në kuotën e 8, 4 miliardë lekëve, me një rritje prej 100 milionë lekësh. Duke operuar me 30 dyqane në të gjithë Shqipërinë.

Në tregun e pajisjeve elektronike dhe teknologjike NEPTUN ofron për konsumatorin një gamë të gjerë produktesh nga markat më të njohura dhe prestigjioze në tregun botërorë. Këtu përmendim BEKO, SAMSUNG, LG, APPLE, SONY, BOSCH, PHILIPS, MIELE, TEFAL, ROWENTA, HAMA, BRAUN etj. Nga këto marka Neptun ofron një larmi të madhe produktesh si: elektroshtëpiake të mëdha dhe të vogla, televizorë dhe audio-video, pajisje të kujdesit personal, informatike dhe telefoni, pajisje argëtimi etj.

Prej vitit 2005 Neptun ofron për konsumatorët një markë të re, “private label” e kompanisë markën FUEGO, e cila vjen në ndihmë të të gjithë konsumatorëve të cilët kanë të ardhura të ulta me çmime shumë ekonomike.

Një vit të jashtëzakonshëm pozitiv pati

textiles, and more, serving approximately 11.6 million customers, marking a 7.6% increase compared to the previous year.

Not only did Neptun perform well, but it also improved compared to the previous year. This company achieved a business volume of 8.4 billion lekë, with an increase of 100 million lekë, operating with 30 stores across Albania. In the electronics and technology market, NEPTUN offers consumers a wide range of products from the most renowned and prestigious global brands. These include BEKO, SAMSUNG, LG, APPLE, SONY, BOSCH, PHILIPS, MIELE, TEFAL, ROWENTA, HAMA, BRAUN, and more. Neptun offers a variety of products from these brands, including large and small household appliances, televisions and audio-video equipment, personal care devices, computing and telephony products, entertainment devices, and more.

Since 2005, Neptun has been offering consumers a new brand, a “private label” of the company, under the name FUEGO, which caters to consumers with lower incomes by providing very affordable prices.

Tirana Bank also had an extraordinarily positive year. Having been under Balfin’s ownership for several years, this bank achieved its best historical result in 2023, securing total revenues from economic and financial outcomes that showed stable growth, mainly driven by

edhe Tirana Bank. E kaluar prej disa vitesh nën pronësinë e Balfin, kjo bankë pati në vitin 202 rezultatit më të mirë historik, pasi siguroi një total të ardhurash nga rezultatet ekonomike dhe financiare që treguan rritje të qëndrueshme, të ndikuar kryesisht nga të ardhurat nga interesat, komisionet dhe operacionet valutore. Të ardhurat vjetore u rritën me 55% krahasuar me një vit më parë, ndërsa fitimi para tatimit u rrit me 100%, duke arritur rreth 22 milionë euro, një nga rezultatet më të mira financiare të Tirana Bank ndër vite. Shumë mirë u paraqitën edhe TEG, Kid Zone. Me respektivisht 1.2 miliardë lekë dhe 2.8 miliardë lekë. Me rritje nga viti i kaluar. Shkëlqyeshëm ka performuar edhe Qendra Tregtare Univers, ajo që përfaqëson një nga idetë më brilante të Samir Manes dhe e cila hapi rrugën edhe për investime të tjera të kësaj natyre. QTU siguroi një volum veprimtarie gjatë vitit 2023 prej 1.2 miliardë lekë, por ajo çka është më e rëndësishmja te kjo kompani, së bashku me TEG-un, është norma e fitimit shumë e lartë. Dhe kështu, duke i shtuar edhe volumin e aktiviteteve edhe të dy kompanive të tjera kryesore të Balfin, Balfin Construction, me një të ardhur bruto prej 4.9 miliardë lekësh dhe Green Cost, del se të gjitha kompanitë kryesore të grupit kanë realizuar një aktivitet total mbi 35 miliardë lekë.

Por pika më e fortë e kompanive të këtij grupi është përfitueshmëria. Të gjitha kompanitë përbërëse të këtij grupi të fuqishëm janë me fitim, por shumica e tyre renditen edhe tek 200 kompanitë më të suksesshme në Shqipëri sa i takon fitimit të siguruar. Kështu, Neptun ka siguruar një fitim prej 659 milionë lekë, Spar Albania 406 milionë lekë, TEG 1.2 miliardë lekë, QTU 1.1 miliardë lekë, Kid Zonë 640 milionë lekë, kurse rekordin e kompanive



income from interest, commissions, and foreign exchange operations. Annual revenues increased by 55% compared to the previous year, while pre-tax profits grew by 100%, reaching around 22 million euros, one of Tirana Bank's best financial results over the years. TEG and Kid Zone also performed very well, with respective turnovers of 1.2 billion lekë and 2.8 billion lekë, both showing growth compared to the previous year. The Univers Shopping Center, which represents one of Samir Mane's most brilliant ideas and paved the way for similar investments, also performed excellently. QTU secured a business volume of 1.2 billion lekë in 2023, but the most important aspect of this company, along with TEG, is the very high profit margin. Adding the business volumes of the other two major Balfin companies, Balfin Construction, with gross revenue of 4.9 billion lekë, and Green Coast, reveals that all the major companies of the group realized a total business activity exceeding 35 billion lekë.

However, the strongest point of the companies within this group is profitability. All the companies comprising this powerful group are profitable, with most ranking among the 200 most successful companies in Albania in terms of secured profit. For instance, Neptun secured a profit of 659 million lekë, Spar Albania 406 million lekë, TEG 1.2 billion lekë, QTU 1.1



e ka Tirana Bank me 2.2 miliardë lekë. Pra vetëm këto gjashtë kompani kanë siguruar mbi 6,1 miliardë lekë fitim. Pa llogaritur këtu kontributin e dy kompanive të tjera kryesore, Balfin Construction dhe Green Cost. Ku duhet theksuar se Green Cost ka pasur një performancë të jashtëzakonshme sa i takon fitimit. Pikërisht ky realitet i krijuar me treguesin e fitimit është edhe argumenti kryesor që e “certifikon” Balfin Group si më të suksesshmin e vitit 2023.

Por Balfin Group është më shumë sesa kompanitë që operojnë në Shqipëri, pasi përmasat e tij janë zmadhuar aq shumë nëpërmjet investimeve dhe aktiviteteve jashtë vendit, sa mund të thuhet se është ndër grupet e investimeve më të mëdha në Europën Juglindore.

Grupi BALFIN funksionon në 11 shtete dhe në 8 industri. Vepron dhe funksionon në dy kontinente. Ka një total asetesh prej 2.2 miliardë euro në fund të vitit 2023. Rreth 35 mijë individë përfituan nga Iniciativat e Përgjegjësive Sociale.

Gjatë vitit 2023 u investua një kapital prej 79 milionë euro, kapital ky që i shtohet atij të investuar më parë, duke e çuar totalin në 892 milionë Euro.

Me rastin e 30 vjetorit të Balfin Group, Samir Mane deklaroi edhe krijimin e Fondacionit Mane, që është një fond bamirësie i financuar prej tij.

“Ky fondacion do të jetë angazhimi imi i ri, që dua ta realizoj me të njëjtin sukses si edhe Grupin BALFIN”, tha Samir Mane gjatë një aktiviteti për promovimin e Fondacionit.

Fondacioni Mane do të ndjekë shembullin e modeleve më të mira ndërkombëtare, për mbështetjen e nismave që lidhen me edukimin dhe rininë, çështjet mjedisore, si dhe ato që ndikojnë në zbutjen e varfërisë dhe të pabarazisë.

Duket pra se për Samir Manen tashmë ka ardhur koha e një sfidë të re.

billion lekë, Kid Zone 640 million lekë, with the record being held by Tirana Bank at 2.2 billion lekë. In total, these six companies alone secured over 6.1 billion lekë in profit, not counting the contribution of the other two major companies, Balfin Construction and Green Coast. It should be noted that Green Coast had an extraordinary performance in terms of profit. This profitability is the main argument that “certifies” Balfin Group as the most successful of 2023.

But Balfin Group is more than just the companies operating in Albania, as its dimensions have expanded so much through investments and activities abroad that it can be said to be one of the largest investment groups in Southeast Europe.

Balfin Group operates in 11 countries and 8 industries, functioning on two continents. It had total assets of 2.2 billion euros by the end of 2023. Approximately 35,000 individuals benefited from the Group’s Social Responsibility Initiatives. During 2023, an investment capital of 79 million euros was invested, which added to the previously invested capital, bringing the total to 892 million euros.

On the occasion of Balfin Group’s 30th anniversary, Samir Mane also announced the creation of the Mane Foundation, a charitable fund financed by him. “This foundation will be my new commitment, which I want to realize with the same success as Balfin Group,” said Samir Mane during an event promoting the Foundation. The Mane Foundation will follow the example of the best international models, supporting initiatives related to education and youth, environmental issues, and those that impact poverty and inequality reduction.

It seems that for Samir Mane, the time has come for a new challenge.

ERDAL DEMIR

*Administrator i kompanisë
 "KURUM INTERNATIONAL"*

Emri i kompanisë: "Kurum International"
Xhiro e biznesit 2023: 386 milion EUR
Numri i punonjësve: 625
Vendndodhja: Elbasan

ERDAL DEMIR

Administrator of "KURUM INTERNATIONAL"

Company Name: "Kurum International"
Turnover 2023: 386 million EUR
No. of employees: 625
Location: Elbasan

“Kurum International” theu një rekord historik vetjak gjatë vitit 2022, duke regjistruar performancën më të mirë gjatë gjithë historisë së vet. Por ecurinë e mirë e vazhdoi edhe përgjatë vitit 2003, duke regjistruar një xhiro prej 386 milionë eurosh dhe duke siguruar një fitim neto prej 4.4 miliardë lekësh. Krahasuar me vitin paraardhës, pra me vitin 2022, krijohet ideja se kemi të bëjmë me një farë “përkeqësimi” të aktivitetit të kësaj kompanie të mirënjohur. Por, që e vërteta të dalë në pah e plotë është e nevojshme të bëhet një sqarim. Viti 2002 ishte një vit i jashtëzakonshëm, i kushtëzuar dhe i ndikuar nga ngjarje të jashtëzakonshme, të cilat më pas prodhuan edhe një performancë të jashtëzakonshme të “Kurum”-it. Ngjarja e jashtëzakonshme ishte lufta e Rusisë në Ukrainë me të gjitha pasojat e saj në ekonominë botërore, çka për shumë kompani krijoi vështirësi e për mjaft të tjera mundësi. ‘Kurum’-i bënte pjesë fatmirësisht te grupi i kompanive që i shfrytëzoi këto mundësi, sidomos sa i takon energjië

“Kurum International” set a historic personal record in 2022, achieving the best performance in its entire history. It continued its good progress in 2023, recording a turnover of 386 million euros and securing a net profit of 4.4 billion lek. Compared to the previous year, 2022, one might get the impression that there was a “deterioration” in the activity of this well-known company. However, to fully understand the situation, a clarification is necessary. The year 2022 was an extraordinary year, influenced and shaped by exceptional events, which then produced extraordinary performance for “Kurum.” The extraordinary event was Russia’s war in Ukraine with all its consequences on the global economy, creating difficulties for many companies and opportunities for many others. Fortunately, “Kurum” was among the companies that exploited these opportunities, especially in terms of the electricity it produced.

During 2023, the reduction of international crisis effects brought “Kurum” back to normality. But it is a wonderful normality for it. A normality

STAFI I SIGURT, PRIORITETI YNË!

elektrike të prodhuar prej tij.

Gjatë vitit 2023, reduktimi i efekteve të krizës ndërkombëtare riktheu edhe Kurum-in në normalitet. Por, është një normalitet i mrekullueshëm për të. Një normalitet që shumë kompani të tjera as e kanë parë në ëndërr. Një normalitet për të cilin drejtuesit e kompanisë lusin të vazhdojë në periudhë afatgjatë. Dhe s'ka si të ndodhë ndryshe. Sepse efektiviteti i kompanisë, që përbën edhe treguesin kryesor të gjendjes ku ndodhet kompania, është më se i mirë.

Gjatë vitit 2023 “Kurum” prodhoi mbi 281 mijë ton shufra çeliku në vend, ndërkohë që në tregjet lokale dhe rajonale shiti gjithsej 506 mijë ton shufra çeliku. Kjo kompani ka fatin që të jetë edhe prodhuese e energjisë elektrike, dhe përgjatë vitit 2023 i ka ofruar këtij tregu edhe 373 milionë kilovat-orë. Po t'i krahasojmë shifrat e volumeve fizike të produkteve të shitura gjatë vitit 2023 me ato të shitura një vit më parë, del

that many other companies have not even dreamed of. A normality that the company's leaders pray will continue in the long term. And it cannot be otherwise. Because the company's effectiveness, which is the main indicator of the company's status, is more than good.

In 2023, “Kurum” produced over 281,000 tons of steel bars domestically, while in local and regional markets, it sold a total of 506,000 tons of steel bars. This company is also fortunate to be a producer of electricity, and during 2023 it supplied this market with 373 million kilowatt-hours. Comparing the figures of physical volumes of products sold in 2023 with those sold a year earlier, it turns out that last year, KURUM sold more product in the market. But it produced a reality of lower value than the previous year. Here is where the effect of the events of an unusual year such as 2022 becomes apparent.

The progress of “Kurum International” shines even more if we look back and recall



se gjatë vitit të kaluar, KURUM-i ka shitur më shumë produkt në treg. Por kanë prodhuar një realitet në vlerë më të ulët sesa viti paraardhës. Ja pra ku del edhe efekti i ndikimit të ngjarjeve të një viti të pazakontë sikurse ishte 2022-shi.

Ecuria e “Kurum International” shkëlqen edhe më shumë poeq se bëjmë një retrospektivë, kthejmë kokën pas dhe sjellim në kujtesë ngjarje nga jeta e kësaj kompanie. Vetëm disa vite më parë kompania kreu një manovër të pranueshme ligjore, duke deklaruar një gjendje momentale të vështirë si rrjedhojë e konjunkturave të pafavorshme në bursat ndërkombëtare. Kjo bënte që kompania, edhe pse kishte produkte të saj të prodhuara, të mos i shiste ato. Sepse, një veprim i tillë do të shoqërohej me humbje të mëdha. Ndërkohë, kishte edhe detyrime ndaj sistemit bankar ose ndaj të tretëve. Duke shpallur paaftësinë për të paguar, në publik, por edhe në institucione të specializuara, u stimulua perceptimi i një falimentimi klasik, gjë që nuk ishte e vërtetë.

Arritja e “Kurum”-it në këtë stad ku është aktualisht, pra në një kompani që xhiron 350-400 milionë euro të paktën në 4 vitet e fundit, fiton nga 35-90 milionë euro, të paktën në 3 vitet e fundit dhe që ka një numër mesatar punonjësish

events from the life of this company. Just a few years ago, the company executed a legally acceptable maneuver by declaring a momentary difficult situation as a result of unfavorable circumstances on international markets. This caused the company, although it had produced its products, not to sell them. Because such an action would have been accompanied by great losses. Meanwhile, there were also obligations to the banking system or third parties. By declaring insolvency, both publicly and in specialized institutions, the perception of a classic bankruptcy was stimulated, which was not true.

“Kurum”'s achievement of its current status, as a company that turns over 350-400 million euros at least in the last 4 years, earns 35-90 million euros at least in the last 3 years, and has an average number of employees from 625-770 in the last three years, shows that the company has been managed and led in the best possible way. Of course, it has also been helped by luck concerning developments on the international market, where the price of its main product, steel bars, is at more than acceptable and satisfactory levels.

“Kurum” has such an organizational



nga 625-770 vetë në tri vitet e fundit, tregon që kompania është menaxhuar dhe drejtuar në mënyrën më të mirë të mundshme. Sigurisht, është ndihmuar edhe nga fati që ka të bëjë me zhvillimet në bursën ndërkombëtare, ku çmimi i produktit kryesor të saj, që janë shufrat e çelikut, të jetë në nivele më se të pranueshme e të kënaqshme.

“Kurum” ka një fizionomi të tillë organizimi që si sfidë kryesore ka gjetjen e tregjeve të shitjes për produktet e saj, pasi aftësinë për të përmbushur kërkesën e ka jo nëpërmjet prodhimit, por edhe prej ndihmës së kompanisë mëmë në Turqi. Fakti që më shumë se gjysma e sasisë së shitur gjatë vitit 2023 është siguruar në këtë mënyrë, tregon qartë hapësirat e mëdha për manovrim që ka “Kurum”.

Edhe gjatë vitit 2023 “Kurum” tregoi një fizionomi të tillë aktiviteti ku spikat gërshetimi mes tregut vendas dhe eksportit. Me afro 55 për qind të totalit të aktivitetit të destinuar në eksport, Kurum ishte kompania që zuri vendin e parë në listën e kompanive eksportuese më të mëdha të vendit. Ka vite që tregu i vendit është mjaft i vogël për “Kurum”-in, ndaj drejtuesit e saj i kanë përqendruar energjitë konkurruese në tregje përtej Shqipërisë: në tregun e Kosovës, të Maqedonisë, të Malit të Zi, të Serbisë, Turqisë e në mjaft vende të tjera. E ndihmon në këtë aspekt cilësia e padiskutueshme e produkteve dhe mundësia për të operuar me çmime të leverdishme. Është një filozofi pune që ka dhënë frytet e saj, pasi duke prodhuar produkte që përdoren kryesisht nga industria e ndërtimit, “Kurum” nuk mund të rrijë në varësi të “humorit” të këtij sektori. Pavarësisht se vitet e fundit si rrjedhojë e lejeve të shumta të dhëna, sektori i ndërtimit në Shqipëri ka një rigjallërim dhe duket se kështu do të vazhdojë edhe për disa vite.

E rëndësishme është që ky prodhues i madh i produkteve të hekurit dhe çelikut në vend vazhdon aktivitetin e vet, me të gjithë impaktin pozitiv në ekonominë shqiptare. Kurse Erdal Demir i shton curricullumit të tij edhe një tjetër vit të suksesshëm drejtimi e administrimi.



structure that its main challenge is finding sales markets for its products, as its ability to meet demand is not only through production but also from the help of the parent company in Turkey. The fact that more than half of the quantity sold during 2023 was secured in this way clearly shows the large maneuvering spaces that “Kurum” has.

Even during 2023, “Kurum” showed such a business model where the blending of the domestic market and export is prominent. With about 55 percent of total activity destined for export, Kurum was the company that ranked first on the list of the country’s largest exporting companies. For years, the domestic market has been quite small for “Kurum,” so its leaders have focused their competitive energies on markets beyond Albania: the market of Kosovo, North Macedonia, Montenegro, Serbia, Turkey, and many other countries. It is helped in this aspect by the indisputable quality of its products and the ability to operate with favorable prices. It is a work philosophy that has yielded its fruits, as by producing products mainly used by the construction industry, “Kurum” cannot depend on the “mood” of this sector. Despite the fact that in recent years, due to numerous permits issued, the construction sector in Albania has been revitalized and it seems this will continue for several years.

What is important is that this major producer of iron and steel products in the country continues its activity, with all its positive impact on the Albanian economy. Meanwhile, Erdal Demir adds another successful year of leadership and management to his curriculum.



17

30



**SIPËRMARRËS I SUKSESSHËM,
AUTOR LIBRASH,
TRAJNUES MOTIVUES, FILANTROP**

Diplomuar për Financë në Universitetin Bujqësor të Tiranës (1991) dhe Master në Administrim Biznesi (MBA) në Universitetin e New York-ut në Pragë (2007).

Vasil Naçi është një ndër figurat me ndikim të thellë në shoqërinë shqiptare dhe në botën e biznesit. Me 33 vjet përvojë në industri dhe me një pasion të pashoq për suksesin, ai është themeluesi dhe CEO i Agna Group, kompani e cila është sot lider në sektorin e FMCG në Shqipëri. Më se 1,500 persona janë të punësuar prej kompanive pjesë të portofolit të investimeve të tij.

Përveç karrierës së pasur në sipërmarrje, Vasil Naçi është themelues i “Agna Leadership Academy”, një platformë e cila synon të shpërndajë njohuri dhe mësimë në fushën e lidershit, menaxhimit, komunikimit, dhe shumë fusha të tjera të biznesit.

Përvoja dhe njohuritë e tij janë konsoliduar në 10 libra, të cilët trajtojnë temat kryesore të suksesit në biznes dhe jetën personale, si:

Adresa: Autostrada Tiranë - Durrës, km 0,
Tel +355 42 453 460
www.agnagroup.com

VASIL NAÇI

President i AGNA Group

Emri i kompanisë: AGNA Group
Xhiro e biznesit 2023: 310 milion EUR
Numri i punonjësve: 1500
Vendndodhja: Tiranë

VASIL NAÇI

President of AGNA Group

Company Name: AGNA Group
Turnover 2023: 310 million EU
No. of employees: 1500
Location: Tirana

**A SUCCESSFUL ENTREPRENEUR,
AUTHOR, MOTIVATIONAL TRAINER,
AND PHILANTHROPIST.**

Graduated in Finance from the Agricultural University of Tirana (1991) and holds a Master’s in Business Administration (MBA) from the University of New York in Prague (2007). Vasil Naçi is one of the most influential figures in Albanian society and the business world. With 33 years of industry experience and an unparalleled passion for success, he is the founder and CEO of AGNA Group, a company that is now a leader in the FMCG sector in Albania. Over 1,500 people are employed by the companies within his investment portfolio. In addition to his rich entrepreneurial career, Vasil Naçi is the founder of the “Agna Leadership Academy,” a platform aimed at disseminating knowledge and lessons in leadership, management, communication, and many other business fields. His experience and insights are consolidated in 10 books, covering key themes of success in business and personal life, such as: “The Art of Negotiation”; “Pleasing Behaviors and Communication Wisdom”; “It’s Our Path,

Address: Autostrada Tiranë - Durrës, km 0,
Tel +355 42 453 460
www.agnagroup.com



“Arti i negocimit”; “Sjelljet e pëlqyeshme dhe mençuria në komunikim”; “Është rruga jonë, rruga drejt suksesit”; “Vlerat bazë dhe bindjet për sukses”; “Si të bëhesh profesionist në shitje”; “Kommunikimi dhe puna në skuadër”; “Menaxhimi i kohës dhe vetëdisiplina”; “Mendimi pozitiv dhe vetëbesimi”; “Roli i marketingut dhe kreativiteti”; “Ligjet e suksesit dhe burimet njerëzore”.

Pas 33 vjetësh përvojë në biznes, por edhe investimi të pareshtur në njohuri, me besimin e patundshëm të rëndësia e të qenit nxënës i përjetshëm çdo ditë dhe prej kujtdo, e kryesisht prej mësuesve më të mirë rajonalë e botërorë, Vasil Naçi ka zgjedhur të kontribuojë dhe të ndajë me publikun e gjerë eksperiencën dhe mësimet e tij në biznes dhe në jetë, si mënyra më e çmuar dhe me rezultat afatgjatë për suksesin e çdo individi dhe organizate. Për këtë, që prej vitit 2016 ka krijuar dhe zhvillon çdo vit event-trajnimin motivues më të madh në rajon “Rruga drejt suksesit” dhe në 2021 startoi trajnimin dedikuar suksesit në biznes “Mjeshtëro biznesin”. Të ardhurat nga këto dy evente shkojnë për bamirësi.

Me më shumë se 20,000 persona janë trajnuar përmes këtyre programeve dedikuar suksesit në jetë dhe biznes. Me një vizion të qartë për të ndikuar pozitivisht në shoqëri, Vasil Naçi është një shembull frymëzimi i arritjes personale dhe kontributit të vazhdueshëm në komunitet.

The Path to Success”; “Core Values and Beliefs for Success”; “How to Become a Professional in Sales”; “Communication and Teamwork”; “Time Management and Self-Discipline”; “Positive Thinking and Self-Confidence”; “The Role of Marketing and Creativity”; “Laws of Success and Human Resources.”

After 33 years of experience in business, combined with relentless investment in knowledge, and with an unwavering belief in the importance of being a lifelong learner every day and from everyone, particularly from the best regional and global teachers, Vasil Naçi has chosen to contribute and share his experiences and lessons in business and life with the general public. He sees this as the most valuable and long-term way to ensure the success of every individual and organization. To this end, since 2016, he has created and annually developed the largest motivational training event in the region, “The Path to Success,” and in 2021, he launched the business success training program “Master Your Business.” The proceeds from these two events go to charity.

More than 20,000 people have been trained through these programs dedicated to success in life and business. With a clear vision of positively impacting society, Vasil Naçi is an inspiring example of personal achievement and continuous community contribution.

AGNA GROUP

AGNA Group u themelua në vitin 1991 dhe ushtron aktivitetin e vet në një sërë sektorësh në prodhim, botilim, distribution, investime në energji, në ndërtim, hoteleri dhe në zhvillimin e pronave të patundshme. Kompanitë pjesë e grupit AGNA janë:

- AGNA Sh.a
- ALFA Sh.a
- ALBARTEX Sh.p.k
- AGNA KOSOVA L.L.C
- AGNA Real Estate & Investment

Agna sh.a (dikur Anonime Kakavi), u krijua në vitin 1991, si importuese dhe distributore ekskluzive e kompanive të mirënjohura në kategorinë e produkteve ushqimore si Nestle, Barrilla, Chipita, Lay's, Heinz, Marbo, etj; në kategorinë e detergjentëve dhe kujdesit personal si Beohemija, Mega, si edhe në kategorinë e cigareve të kompanisë Karelia. Aktivitetin e saj e ka shtrirë edhe në rajon nëpërmjet investimeve në ndërtim, prona të patundshme dhe hotelieri. Agna sh.a është partnere në Hotel Maritim Plaza Tiranë.

ALFA Sh.a, u krijua në vitin 1992 si shpërndarëse zyrtare e Amstel dhe PepsiCo. Në vitin 1997, Alfa sh.a ndërtoi një fabrikë moderne në fshatin Glinë, e cila bëri të mundshëm zgjerimin e aktivitetit me prodhimin e ujit Glina dhe shumë pijeve të tjera. Suksesi e çoi Alfa sh.a. në marrjen e statusit të Botiluesit dhe Shpërndarësit zyrtar të Pepsi, Ivi, 7up dhe Lipton për territorin shqiptar në vitin 1999, dhe për Kosovën në vitin 2019.

Alfa sh.a. është distributore zyrtare e Amstel, Heineken dhe birra Moretti. Në vitin 2020, ALFA sh.a. filloi prodhimin e birrës Elbar, e cila është edhe birra numër një në Shqipëri. Teknologjia supermoderne siguron cilësi maksimale dhe

AGNA GROUP

AGNA Group was founded in 1991 and operates in a variety of sectors including production, bottling, distribution, energy investments, construction, hospitality, and real estate development. The companies under AGNA Group include:

- AGNA JSC
- ALFA JSC
- Albatrex LLC
- AGNA KOSOVA LLC
- AGNA Real Estate & Investment

AGNA JSC (formerly Anonime Kakavi) was established in 1991 as an exclusive importer and distributor of well-known companies in the food products category such as Nestle, Barilla, Chipita, Lay's, Heinz, Marbo, etc.; in the detergents and personal care category such as Beohemija, Mega, and in the tobacco category with Karelia cigarettes. Its activity has also expanded into the region through investments in construction, real estate, and hospitality. AGNA JSC is a partner in Hotel Maritim Plaza Tirana.

ALFA JSC was established in 1992 as the official distributor of Amstel and PepsiCo. In 1997, ALFA JSC built a modern factory in the village of Glinë, which enabled the expansion of its activities with the production of Glina water and many other beverages. Success led ALFA JSC to obtain the status of Official Bottler and Distributor of Pepsi, Ivi, 7up, and Lipton for the Albanian territory in 1999, and for Kosovo in 2019.

ALFA JSC is the official distributor of Amstel, Heineken, and Moretti beer. In 2020, ALFA JSC began producing Elbar beer, which is now the number one beer in Albania. The ultra-



efiçencë në operacionet e prodhimit.

ALFA sh.a. është një partner dinjitoz i kompanive ndërkombëtare si Pepsi Co. dhe Unilever, të cilat i kanë besuar edhe projekte co-packing për tregje të tjera jashtë Shqipërisë.

ALBARTEX Sh.p.k u bë pjesë e Agna Group në vitin 2001. Kompania operon në sektorin e reklamave “outdoor” ku ka fituar ndër vite pjesën më të madhe të tregut. Albartex u krijua si një mundësi për të sjellë më pranë bizneset me konsumatorët e markave të tyre. Përgjatë viteve, Albartex është rritë duke krijuar një formë bashkëpunimi unik dhe afatgjatë në marrëdhëniet B2B, duke u bërë kështu kompania lider në reklamimin “outdoor” në Shqipëri. Albartex ka një staf shumë të kualifikuar e të motivuar, me përvojë afatgjatë në vendosjen dhe mirëmbajtjen e reklamave “outdoor”, tradicionale ose më moderne, digjitale.

Albartex është një partner serioz, inovator për bizneset, dedikuar për cilësi, risi, progres dhe sukses afatgjatë në përmbushjen e nevojave strategjike të markave reklamuese.

AGNA KOSOVA L.L.C, pjesë e Agna Group, operon në sektorin e Distribucionit të Produkteve të konsumit të shpejtë (FMCG) në të gjithë territorin e Kosovës.

AGNA KOSOVA L.L.C e filloi operimin në tregun e Kosovës në vitin 2010, me qendër në Prishtinë. Produktet që tregton janë: ujërat (Glina, Spring), pijet freskuese (Pepsi, Ivi, 7-up, Lipton Ice Tea), kafe (Nescafe RTD), verërat (JP Chenet), pijet energjike (Dragon Heart), ushqimet (Lay’s, Heinz, Rodon, Apolon, Vienna, Taze), kujdesi personal dhe detergjentet (Everyday, Babyline, Bella Soft, Rolco). AGNA KOSOVA ka krijuar një rrjet të fortë dhe të mirorganizuar distribucioni në të gjithë Kosovën, me rreth 12 partnerë lokalë.

Agna Group gjithashtu operon edhe në projekte të ndryshme investimesh në prona të patundshme dhe në ndërtim në vende të ndryshme të Rajonit përmes kompanive si: Alfa International Construction në Serbi, Shkabaj sh.p.k në Kosovë, Agna Skopje në Maqedoninë e Veriut, Agna Monaco në Monte Carlo dhe Agna Helvetika në Zvicër.

modern technology ensures maximum quality and efficiency in production operations.

ALFA JSC is a dignified partner of international companies like PepsiCo and Unilever, who have also entrusted it with co-packing projects for markets outside Albania.

Albartex LLC became part of AGNA Group in 2001. The company operates in the outdoor advertising sector where it has gained the largest market share over the years. Albartex was created as an opportunity to bring businesses closer to their brand consumers. Over the years, Albartex has grown by creating a unique and long-term form of collaboration in B2B relationships, becoming the leading company in outdoor advertising in Albania. Albartex has a highly qualified and motivated staff with long-term experience in setting up and maintaining outdoor advertising, whether traditional or more modern digital ones.

Albartex is a serious, innovative partner for businesses, dedicated to quality, innovation, progress, and long-term success in fulfilling the strategic needs of advertising brands.

AGNA KOSOVA LLC, part of AGNA Group, operates in the distribution sector of fast-moving consumer goods (FMCG) across the entire territory of Kosovo. AGNA KOSOVA LLC began its operations in the Kosovo market in 2010, with headquarters in Prishtina. The products it distributes include waters (Glina, Spring), soft drinks (Pepsi, Ivi, 7-up, Lipton Ice Tea), coffee (Nescafe RTD), wines (JP Chenet), energy drinks (Dragon Heart), food items (Lay’s, Heinz, Rodon, Apolon, Vienna, Taze), personal care and detergents (Everyday, Babyline, Bella Soft, Rolco). AGNA KOSOVA has created a strong and well-organized distribution network throughout Kosovo, with around 12 local partners.

AGNA Group also operates in various investment projects in real estate and construction in different countries of the region through companies such as Alfa International Construction in Serbia, Shkabaj LLC in Kosovo, AGNA Skopje in North Macedonia, AGNA Monaco in Monte Carlo, and AGNA Helvetica in Switzerland.



MARIN GJONAJ

Gjonaj Group Holdings, një fuqi e Shqipërisë në biznesin ndërkombëtar

Kompanitë kryesore: INFOTelecom, EnerTrade, PROMARKETING Albania & Italia, Digicom
Xhiro e grupit 2023: 300 milion EURO
Numri i punonjësve: 1000
Rajonet ku operon: Ballkani, Italia, Lindja e Mesme, Afrika, SHBA
Vendndodhja: Tiranë

MARIN GJONAJ

Gjonaj Group Holdings: A Powerhouse of Albania in International Business

Key Companies: INFOTelecom, EnerTrade, PROMARKETING Albania & Italy, Digicom
Group Revenue: 300 million EUR
No. of employees: 1000
Operating regions: Balkans, Italy, Middle East, Africa, USA
Location: Tirana



GJONAJ GROUP

HOLDINGS

Viti 2023 dhe gjysma e parë e vitit 2024 ishte një periudhë konsolidimi por edhe zgjerimi të mëtejshëm për Gjonaj Group Holdings. Ky grup shqiptar biznesi, i themeluar dhe drejtuar nga Marin Gjonaj, mbi 85 përqind të operacioneve të biznesit i ka të shtrira ndërkombëtarisht, që nga Ballkani, në Evropë, Lindjen e Mesme, Afrikë dhe përmes kompanisë Mactal edhe në Shtetet e Bashkuara dhe Amerikën latine. Gjonaj Group është si një dallëndyshe që shënon një periudhë të re për biznesin shqiptar: fokusin për të punuar në hapsirën ndërkombëtare, për të eksportuar me ndihmën e teknologjisë atë energji dhe dije korporative që tashmë kanë

The year 2023 and the first half of 2024 marked a period of both consolidation and further expansion for Gjonaj Group Holdings. This Albanian business group, founded and led by Marin Gjonaj, has over 85% of its operations spread internationally, from the Balkans to Europe, the Middle East, Africa, and through its company Mactal, even in the United States and Latin America. Gjonaj Group is like a swallow, heralding a new era for Albanian business: a focus on working in the international arena, exporting the energy and corporate knowledge that Albanian professionals have, with the help of technology. Many Albanian businesses



GJONAJ GROUP
HOLDINGS



profesionistët shqiptarë. Shumë biznese shqiptare do punojnë në rang ndërkombëtar në të ardhmen e afërt. Por Gjonaj Group e ka shënuar tashmë emrin e tij si i pari dhe modeli më i mirë në këtë listë. Ky grup, ka nisur së fundi bashkëpunime dhe ka nënshkruar marrëveshje me universitetet në Shqipëri për angazhimin e të rinjve të talentuar shqiptarë në strukturat e Grupit si dhe ka themeluar një Akademi trajnimesh ku synohet standardi më i lartë ndërkombëtar i përgatitjes së punonjësve.

will operate on an international level in the near future. However, Gjonaj Group has already made its mark as the first and best model on this list. Recently, the group has initiated collaborations and signed agreements with universities in Albania to engage talented young Albanians within the Group's structures and has also established a Training Academy aimed at achieving the highest international standards in employee preparation.

INFOTelecom Company continues to be the “flagship” of the Gjonaj Group's



IT INFOTelecom ICS

SOAR PARK
Gjorica

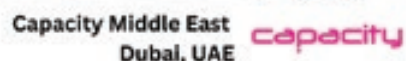


Kompania INFOTelecom vizon të jetë “anija flamurtare” e flotës së biznesit të Gjonaj Group. Krahas shtimit të partneriteteve të telekomunikacionit dhe praninë në katër kontinente, Evropë, Azi, Afrikë dhe në dy Amerikat, INFOTelecom e shtoi fokusin në projektet e prodhimit të energjisë së pastër diellore në Shqipëri. Projekti i parë ku tashmë kanë nisur punimet e ndërtimit është Greennat Solar Park, në Ballsh me një kapacitet prej 100 MW/orë. Në këtë projekt INFOTelecom bashkëpunon me gjigandin botëror të paneleve diellore, Longi.

Projekti i dytë i konkretizuar në fillim të vitit 2024 Gjorica Solar Park, është një bashkëpunim mes Gjonaj Group, INFOTelecom dhe Adam

business fleet. In addition to expanding telecommunications partnerships and its presence on four continents—Europe, Asia, Africa, and the Americas—INFOTelecom has increased its focus on clean solar energy production projects in Albania. The first project, where construction work has already begun, is the Greennat Solar Park in Ballsh, with a capacity of 100 MW/hour. In this project, INFOTelecom is collaborating with the global solar panel giant, Longi.

The second project, initiated at the beginning of 2024, is the Gjorica Solar Park, a collaboration between Gjonaj Group, INFOTelecom, and Adam Enerji from Turkey, which received the green light from the Ministry of Infrastructure



Enerji nga Turqia, dhe mori dritën jeshile nga Ministria e Infrastrukturës dhe Energjisë si ofertuesi më i mirë. Projekti do aplikohet në Gjoricë të Dibrës. Gjatë këtij viti, në kuadrin e misionit tonë për të nxitur inovacionin dhe përsosmërinë në industrinë e telekomunikacionit, INFOTelecom ka marrë pjesë aktive në konferenca dhe evente të ndryshme në mbarë botën, duke iniciuar bashkëpunime në industrinë e telekomunikacionit.

Nga Dubai në Uashington DC, dhe në të gjithë Evropën, eventet kanë qenë të shumta. International Telecoms Week 2024 në Uashington, DC, SHBA shënoi një tjetër hap në zhvillimin dhe rrjetëzimin e mëtejshëm të kompanisë në fushën ndërkombëtare. Pjesë e këtij eventi ishte edhe CEO i INFOTelecom dhe themeluesi i Gjonaj Group, z. Marin Gjonaj, i cili vlerësoi shumë ndikimin që ngjarjet e këtij lloji kanë në pasurimin e portofolit dhe rrjetit të kompanisë si dhe zhvillimin e njohurive me risitë më të fundit në industrinë e telekomunikacionit.

Eventet e fundit përfshijnë Konferencën Botërore të Lindjes së Mesme të Telekomit në Dubai në fillim të vitit, e ndjekur nga Mobile World Congress (MWC) Barcelona 2024 që ofroi një platformë për liderët e industrisë, novatorët dhe vizionarët që të bashkohen, të shkëmbejnë ide dhe eksplorojnë zhvillimet më të fundit që formësojnë të ardhmen e telekomunikacionit. Pjesëmarrja në CC-Mobile Messaging Summit në Berlin, Messaging and SMS World 2024 në Londër dhe Wholesale Congress (AWC) 2024 në Miami ishin një vlerë e shtuar në ndërkombëtarizimin e shërbimeve të INFOTelecom.

Kompania EnerTrade ka vijuar zgjerimin e suksesshëm në rajonin e Ballkanit, me zyra dhe kompaninë përfaqësuese ETMT në Kosovë, Maqedoninë e Veriut, Bullgari, Bosnje-Hercegovinë dhe së fundi me zyrë edhe në Serbi. EnerTrade operon bazuar në filozofinë e biznesit ndërkombëtar që ka Gjonaj Group, duke e integruar kështu Shqipërinë në tregjet rajonale dhe ndërkombëtare të energjisë. E ndërsa Shqipëria po punon të jetë një eksportues i energjisë, EnerTrade është gati për më shumë

and Energy as the best bidder. The project will be implemented in Gjorica, Dibra.

This year, as part of our mission to promote innovation and excellence in the telecommunications industry, INFOTelecom has actively participated in various conferences and events worldwide, initiating collaborations within the telecommunications industry. From Dubai to Washington, DC, and across Europe, the events have been numerous. International Telecoms Week 2024 in Washington, DC, USA, marked another step in the further development and networking of the company in the international arena. Part of this event was also the CEO of INFOTelecom and the founder of Gjonaj Group, Mr. Marin Gjonaj, who highly appreciated the impact that such events have on enriching the company's portfolio and network, as well as developing knowledge with the latest innovations in the telecommunications industry.

Recent events include the Middle East World Telecom Conference in Dubai earlier this year, followed by Mobile World Congress (MWC) Barcelona 2024, which provided a platform for industry leaders, innovators, and visionaries to come together, exchange ideas, and explore the latest developments shaping the future of telecommunications. Participation in the CC-Mobile Messaging Summit in Berlin, Messaging and SMS World 2024 in London, and Wholesale Congress (AWC) 2024 in Miami was an added value in the internationalization of INFOTelecom's service.

EnerTrade Company has successfully continued its expansion in the Balkan region, with offices and the representative company ETMT in Kosovo, North Macedonia, Bulgaria, Bosnia-Herzegovina, and recently in Serbia. EnerTrade operates based on Gjonaj Group's international business philosophy, thereby integrating Albania into regional and international energy markets. While Albania is working to become an energy exporter, EnerTrade is ready for more.

Promarketing Company is one of the largest companies operating on both sides of



Energy, Central & South Trading
Eastern Europe



Kompania Promarketing është një ndër kompanitë më të mëdha që operojnë në të dy brigjet e Adriatikut, në Shqipëri dhe Itali. Me zyrë në Tiranë dhe Romë, Promarketing vijon të ofrojë shërbimet më të mira të konsulencës së biznesit dhe të punësojë qindra profesionistë shqiptarë.

Aktualisht Promarketing ofron shërbime konsulence marketingu për Vodafone Italia dhe WindTreItalia. Drejtuesit më të lartë të kompanisë së telekomunikacionit dhe energjisë WindTreItalia vizituan Gjonaj Holdings dhe vlerësuan punën e Promarketing. Gjithashtu, drejtuesit më të lartë të Promarketing morën pjesë në Forumin Ndërkombëtar të Biznesit që kjo kompani zhvilloi në Romë.

the Adriatic, in Albania and Italy. With offices in Tirana and Rome, PROMARKETING continues to offer the best business consultancy services and employ hundreds of Albanian professionals. Currently, PROMARKETING provides marketing consultancy services for Vodafone Italy and WindTreItalia. The top executives of the telecommunications and energy company WindTreItalia visited Gjonaj Holdings and praised the work of PROMARKETING. Additionally, PROMARKETING's top executives participated in the International Business Forum organized by the company in Rome.

Digicom Company, under the management of our partner, Albanian Telecommunications Union (ATU), has grown to offer the best services





Kompania Digicom, nën menaxhimin e partnerit tonë Albanian Telecommunications Union (ATU), ka rritur të ofrojë shërbimet më të mira për qytetarët shqiptarë, duke marrë çmimin Kompania me Internetin më të Shpejtë në Shqipëri nga SpeedChecker. Digicom aktualisht shënon më shumë se 40 mijë abonentë të lidhur me teknologjinë më të fundit “fiber to home” në mbarë vendin, duke u bërë kompania e telekomunikacionit me rritjen më të madhe. Digicom po e tregon ndryshimin në fushën e telekomunikacionit shqiptar me investimet vizionare dhe shërbimet e dizenuara enkas për nevojat e punës, informimit dhe argëtimit të klientit.

Kompania Probroker, po konsolidohet në fushën e shitblerjeve duke iu drejtuar një segmenti Premium të klientëve të kësaj fushe, në një kohë kur sektori i ndërtimit dhe pasurive të paluajtshme në vendin tonë po marrin zhvillim gjithmonë e më tepër.

Kompania LakeDrive rriti volumet e biznesit në sektorin e mikpritjes, duke qenë një ndër operatorët më të suksesshëm shqiptarë në pritjen e turistëve të huaj, përmes platformave ndërkombëtare Booking.com dhe Airbnb.com. LakeDrive, është një promotor i imazhit të mirë të Shqipërisë në këtë fushë.

for Albanian citizens, receiving the award for the Fastest Internet Company in Albania from SpeedChecker. Digicom currently has more than 40,000 subscribers connected to the latest “fiber to home” technology across the country, making it the fastest-growing telecommunications company. Digicom is making a difference in the Albanian telecommunications field with visionary investments and services designed specifically for the work, information, and entertainment needs of its customers..

Probroker Company is consolidating its position in the real estate market by targeting a premium segment of clients, at a time when the construction and real estate sectors in our country are experiencing significant growth.

LakeDrive Company has increased its business volumes in the hospitality sector, becoming one of the most successful Albanian operators in welcoming foreign tourists through international platforms like Booking.com and Airbnb.com. LakeDrive is a promoter of Albania’s positive image in this field.



KOMPANIA GSA

Emri i kompanisë: Emri i kompanisë
Xhiro e biznesit 2023: 191 milion EURO
Numri i punonjësve: 171
Vendndodhja: Tiranë

GSA COMPANY

Company Name: Emri i kompanisë
Turnover 2023: 191 million EUR
No. of employees: 171
Location: Tirana

GSA është një kompani që operon nëpërmjet shitjes së dy produkteve: energjisë elektrike dhe ferrokromit të pasuruar me karbon. Pra janë dy produkte të lidhura me tregjet ndërkombëtare. Dhe sikundër është e kuptueshme, ngjarjet e ndryshme nëpër botë, siç janë luftërat ose prag-luftërat, përkeqësojnë sfidat e vazhdueshme ekonomike si inflacioni dhe ndërprerja e zinxhirëve të furnizimit global. Me pak fjalë, duke pasur të bëjë me dy produkte të ekspozuara nga ngjarjet e ndryshme në botë, edhe aktiviteti i kompanisë është i ndikuar nga përkeqësimi apo përmirësimi i këtyre situatave. Kjo është edhe arsyeja që shpjegon se pse aktiviteti i kompanisë GSA, në krahasim me një vit më parë, ka një një dinamikë në zbritje. Me një volum të ardhurash prej 19 miliardë lekë dhe me një fitim prej 2,1 miliardë lekë, kjo performancë është disi larg asaj të siguruar në vitin paraardhës.

Por viti paraardhës ishte një vit i veçantë, vit i luftës së Rusisë në Ukrainë, çka ndikoi në rritjen rekord të çmimeve të energjisë elektrike, me të cilën merret GSA. Ndërsa më pas, pra gjatë vitit 2023, çmimet u kthyen aty ku ishin e për rrjedhojë ky faktor jep ndikimin e tij edhe në rezultatit e kompanisë. Jo vetëm kaq, por edhe importet në sasi të energjisë elektrike kanë

GSA is a company that operates through the sale of two products: electricity and ferrochrome enriched with carbon. These are two products linked to international markets. As is understandable, various events around the world, such as wars or pre-war situations, exacerbate ongoing economic challenges like inflation and disruptions to global supply chains. In short, since GSA deals with two products exposed to various world events, the company's activity is influenced by the deterioration or improvement of these situations. This explains why GSA's activity, compared to the previous year, has seen a downward trend. With a revenue volume of 19 billion ALL and a profit of 2.1 billion ALL, this performance is somewhat below that achieved in the previous year.

However, the previous year was an unusual one, marked by Russia's war in Ukraine, which led to a record increase in electricity prices, with which GSA is involved. Later, during 2023, prices returned to their previous levels, and consequently, this factor also impacted the company's results. Moreover, imports of electricity were lower during 2023 due to higher domestic production. In 2023, Albania imported roughly 1,922 GWh, compared to 3,044 GWh in 2022—about 37% less. This was due to meeting consumer demand



qenë më të ulta gjatë vitit 2023, si rrjedhojë e prodhimit më të lartë vendas. Kështu, gjatë vitit 2023, Shqipëria importoi bruto rreth 1922 GWh nga 3044 GWh sa ishte ky tregues në vitin 2022. Pra rreth 37 për qind importe më pak. Kjo erdhi si pasojë e përbushjes së kërkesës konsumatore me më shumë prodhim vendi. Gjatë vitit 2023 u prodhuan rreth 8800 GWh, nga 7003 GWh që u prodhuan një vit më parë. Edhe eksporti u rrit me 33.9 për qind më shumë.

Ky bilanc i energjisë elektrike përgjatë vitit 2023, kjo panoramë e realitetit që ka përjetuar sektori i energjisë elektrike gjatë vitit të kaluar, është e nevojshme për të kuptuar më mirë rolin e disa kompanive të specializuara në këtë sektor. Është e qartë se plotësimi i kërkesës për energji elektrike varet shumë nga konjunktura klimaterike, pasi sistemi energjitik shqiptar është i padiversifikuar. Ai përbëhet vetëm nga impiante që prodhojnë energji elektrike nga burimet hidrike.

Mirëpo, përtej ndikimit që ka ky fakt në rritjen ekonomike të vendit, lajmi i mirë prej kohësh është se deficiti, mes kërkesës konsumatore dhe asaj që ofrojnë prodhuesit vendas, arrin të përbushet nga importi. Me investimet e kryera në linjat e transmetimit, ka vite që nuk ka më pengesa për të sjellë nga importi energji elektrike pa kufizim. Sepse përpara se të bëheshin këto investime ishte ndryshe puna. Mund të gjeje e kontraktoje në tregjet ndërkombëtare energji, por nuk mund ta sillje dot. Tashmë këtë rol e këtë mision, këtë ndërhyrje në momente të rëndësishme, e bëjnë kompani të ndryshme shqiptare me cilësinë e

with more domestic production. During 2023, around 8,800 GWh were produced, compared to 7,003 GWh produced a year earlier. Exports also increased by 33.9%.

This energy balance throughout 2023, this overview of the reality experienced by the energy sector during the past year, is necessary to better understand the role of some specialized companies in this sector. It is clear that meeting the demand for electricity depends heavily on climatic conditions since Albania's energy system is undiversified. It consists only of plants that generate electricity from hydropower sources.

However, beyond the impact this fact has on the country's economic growth, the good news for a long time has been that the deficit between consumer demand and what domestic producers offer can be met by imports. With the investments made in transmission lines, for years now there have been no obstacles to bringing in unlimited electricity from imports. Because before these investments were made, it





siguruesit të “mallit”, më e rëndësishmja ndër të cilat është kompania GSA. Në pamje të parë mund të duket punë e lehtë, mirëpo si çdo biznes, edhe ajo kërkon specilizimin e saj, kërkon me qenë gjithmonë i përditësuar me çmimet në tregjet ndërkombëtare, kërkon mobilizim shumë të mëdha mjeteve financiare, si dhe aftësi kontraktuese në momentin e duhur. Shumë kompani kanë hyrë në këtë biznes, por shumë pak duken të afta për të përballuar atë. Kurse GSA “ha bukë veç”. Sepse, e specializuar prej shumë vitesh në këtë drejtim, tashmë ajo është një “ujk” i vjetër që nevoja e thërret kurdoherë në apel. Ndaj dhe shifrat që masin aktivitetin e saj janë të tilla, që jo vetëm e konfirmojnë lider të sektorit, por me diferencë shumë të madhe nga të tjerët.

Edhe përgjatë 2023 pati një konkurrencë të madhe në këtë sektor, sepse i tillë është konfiguruar ai. Një sektor me shumë protagonistë konkurrentë, vendas e të huaj, por që në fund pati si fitues absolut të garës GSA-në. Në fakt ka shumë vite që kompania është lider i sektorit të saj dhe çdo vit ajo vetëm e përforcon këtë leadership. Dhe kur merr parasysh edhe faktin se tregu i energjisë është i hapur, gara në të zhvillohet mes subjekteve pa kufizime shtetësie, atëherë bëhet akoma më e plotë dhe e rëndësishme udhëheqja e tregut prej GSA-së.

was a different story. You could find and contract energy in international markets, but you couldn't bring it in. Now, this role and mission, this intervention at critical moments, are carried out by various Albanian companies as suppliers of “goods,” the most important of which is GSA. At first glance, it may seem like an easy job, but like any business, it also requires specialization, staying constantly updated with international market prices, mobilizing large sums of financial resources, and having the contracting ability at the right moment. Many companies have entered this business, but very few seem capable of handling it. However, GSA “stands alone.” Specialized in this field for many years, it is now an “old wolf” that necessity always calls upon. Therefore, the figures measuring its activity are such that not only do they confirm it as a sector leader, but with a significant margin over others.

Even during 2023, there was significant competition in this sector, as it has been configured that way. A sector with many competitive protagonists, both domestic and foreign, but in the end, GSA emerged as the absolute winner of the race. In fact, the company has been the leader in its sector for many years, and every year it only reinforces this leadership. And when you consider the fact that the energy



Gjatë vitit 2023, kompania GSA arriti të ketë një performancë të tillë që e rreshton atë ndër kompanitë kryesore të biznesit shqiptar, qoftë për volumin e punës në vlerë të realizuar, qoftë për efektivitetin, por edhe për rolin e saj në eksport. Prodhimi i ferrokromit të pasur me karbon është një tjetër aktivitet i GSA-së, i cili tashmë ka ndikim tejet të rëndësishëm në bilancin e veprimtarisë së kësaj kompanie. Krahas furrës së parë është realizuar investimi edhe për furrën e dytë dhe tashmë me 45-50 mijë ton ferrokrom kapacitet prodhimi, por edhe me këtë kuotë prodhimi faktik vjetor, GSA ka bërë një hop të madh cilësor.

Fabrika të tilla, si ajo e ferrokromit në Elbasan, janë investime të rëndësishme për ekonominë shqiptare. Shumë flitet për investimet e huaja, për mungesën apo praninë e tyre në vend, por është e sigurtë që investime të tilla, sikurse është fabrika e pasurimit të kromit e GSA-së, janë investime të shumëpritura nga ekonomia shqiptare, janë investime të cilat janë të kryera me logjikë të mirëfilltë biznesi që garanton sukses, janë investime me impakt të madh për ekonominë e vendit. Këto fabrika janë protagonistët kryesorë të eksportit, por jo të një eksporti të thjeshtë të lëndëve të para, por të një eksporti me vlerë të shtuar. Jo më kot GSA renditet tek kompanitë më të mëdha eksportuese të Shqipërisë.

market is open, with competition occurring among entities without nationality restrictions, the leadership of GSA in the market becomes even more complete and significant.

During 2023, GSA managed to achieve such a performance that ranks it among the leading companies in Albanian business, whether for the volume of work in realized value, for effectiveness, or for its role in exports. The production of carbon-enriched ferrochrome is another GSA activity, which now has a highly significant impact on the company's business balance. Alongside the first furnace, investment has also been made in the second furnace, and now with a production capacity of 45-50 thousand tons of ferrochrome, and with this actual annual production quota, GSA has made a significant qualitative leap.

Such factories, like the ferrochrome one in Elbasan, are important investments for the Albanian economy. Much is said about foreign investments, about their lack or presence in the country, but it is certain that investments like GSA's chrome enrichment factory are highly anticipated investments for the Albanian economy. They are investments made with a sound business logic that guarantees success, with a significant impact on the country's economy. These factories are the main protagonists of export, but not of simple raw material export, rather of export with added value. It is no coincidence that GSA is ranked among the largest exporting companies in Albania.





LUAN MUÇA

Themelues dhe Drejtues i DELTA GROUP

Emri i kompanisë Delta Group
Xhiro e biznesit 2023: 175 milionë EUR
Numri i punonjësve: 1647
Zyrat qendrore: Tiranë

LUAN MUÇA

Founder & CEO DELTA GROUP

Company name: Delta Group
Turnover 2023: 175 million EUR
No. of employees: 1647
Headquarter: Tirana

Luan Muça është sot një nga biznesmenët e mirënjohur dhe ndër më të mëdhenjtë e biznesit shqiptar. Grupi në pronësi të tij ka realizuar gjatë vitit 2023 një aktivitet në nivelin e 175 milionë eurove dhe është punëdhënës i mbi 1647 punonjësve. Shënon një ritëm të mirë rritjeje krahasuar me vitin paraardhës. Për të siguruar rritjen e vazhdueshme të biznesit, Luan Muça ka vepruar sikurse edhe shumica e biznesmenëve të tjerë shqiptarë. Pra, ka shtuar produktet në treg. E nisi fillimisht me artikujt higieno-sanitarë e me pllakat, për të shtuar më pas material ndërtimi, bojërat, etj. E nisi si aktivitet tregtar, e kaloi më pas në aktivitet prodhues. Së fundmi ka marrë një rol të rëndësishëm edhe në ndërtim, ku projekti Montclair Zone është më i rëndësishmi i tij deri më tani në këtë sektor, i cili ofron një stil tjetër jetese.

Ajo që e bën unik Luan Muçën, krahasuar me biznesmenët e tjerë shqiptarë është “pushtimi” i vendeve të ndryshme të botës me fabrika për prodhimin e artikujve kryesorë të adezivëve ose bojërave. Pra, nëse biznesmenët e tjerë shqiptarë përpiqen të rrisin aktivitetin duke eksportuar sasi modeste të produkteve që prodhojnë në tregjet

Luan Muça is today one of the most well-known and largest businessmen in Albanian business. His group achieved a turnover of 175 million euros in 2023 and employs over 1,647 people. This marks a good growth rate compared to the previous year. To ensure the continuous growth of the business, Luan Muça, like most other Albanian businessmen, expanded his product offerings in the market. He initially started with hygienic-sanitary items and tiles, later adding building materials, paints, etc. What began as a trading activity eventually evolved into production. Recently, he has also taken on a significant role in construction, where his Montclair Zone project is his most important one in this sector, offering a different lifestyle.

What makes Luan Muça unique compared to other Albanian businessmen is his “conquest” of different countries around the world with factories producing key adhesive and paint products. While other Albanian businessmen try to grow their activity by exporting modest quantities of products to regional markets,

Adresa: Autostrada Tiranë - Durrës, km 1.5,
 Tiranë, Albania
 @deltagroup.eu, www.deltagroup.eu

Address: Autostrada Tiranë - Durrës, km 1.5,
 Tiranë, Albania
 @deltagroup.eu, www.deltagroup.eu



rajonale, Luan Muça ka ndjekur një strategji tjetër, duke ndërtuar impiantet e prodhimit në vende të ndryshme, në tregje të mëdha, duke i shndërruar pastaj këto fabrika, në protagoniste në tregjet ku operojnë. Duke pasur për model zhvillimin e kompanisë së mirënjohur italiane të këtij sektori, Mapei, duke ndërtuar fabrika nëpër vende të ndryshme, Luan Muça është kthyer tashmë në një konkurrent të fortë për kompanitë e tjera që kanë dominuar tregjet ku ka hyrë edhe biznesmeni shqiptar.

DELTA

Ai dyqani i vogël tashmë u shërben vetëm kujtimeve dhe historisë, pasi Delta është rritur aq shumë, duke u kthyer në një nga kompanitë lider në tregun ku vepron. Showroomet në qytetet kryesore të Shqipërisë, si Tirana, Durrësi, Fieri, Elbasani, Korça, janë dera kryesore ku troket shumica e konsumatorëve të produkteve të tilla si parkete, pllaka, hidrosanitare dhe pajisje të ndryshme. Dhe kjo sepse Delta punon dhe ka partneritet me markat më prestigjioze nga Spanja, Gjermania, Italia dhe me emra të mëdhenj si Hangsrohe, Duravit, Iris Fmg, Labafabbrica, Laminam, Aparici, Salonni, Krono, Tece, RagnoMarazzi, Life Fitness, GSG, Roca, EquipeCeramica, Codicer, Gardenia, Tau, Meisterwerke, Quickstep, Cera Casa, etj.

Luan Muça has pursued a different strategy by building production plants in various countries and large markets, turning these factories into key players in the markets where they operate. By following the development model of the well-known Italian company in this sector, Mapei, which builds factories in different countries, Luan Muça has become a strong competitor to other companies that have dominated the markets where the Albanian businessman has entered.

DELTA

That small store now serves only as a memory, as Delta has grown so much, becoming one of the leading companies in the markets where it operates. Showrooms in the main cities of Albania, such as Tirana, Durrës, Fier, Elbasan, Korça, are the primary doors where most consumers knock for products like parquet, tiles, sanitary ware, and various equipment. This is because Delta works and partners with the most prestigious brands from Spain, Germany, Italy, and big names like Hangsrohe, Duravit, Iris Fmg, Labafabbrica, Laminam, Aparici, Salonni, Krono, Tece, RagnoMarazzi, Life Fitness, GSG, Roca, EquipeCeramica, Codicer, Gardenia, Tau, Meisterwerke, Quickstep, Cera Casa, etc.



Por Delta, pavarësisht se u bë kompani e madhe, pavarësisht se u vu dhe është prej kohësh në krye të tregut, nuk mjaftonte për të përbushë energjitë krijuese dhe menaxhuese të Luan Muçës.

DAST

Suksesi i arritur me Delta shërbeu si një stimulus i mirë për të vijuar më tej me krijimin e kompanisë Dast. Një kompani kjo që prodhon e tregon nga ngjitësit e pllakave, llaçet për fuga, veshja dekorative, llaçe të thata, stuko, produktet me bazë gipsi, produkte vetëniveloese, hidroizolues dhe termoizolues, deri te silikonet dhe ngjitëset, pastruesit e acideve, rrjetat, shiritat dhe deri tek aksesoret e thjeshtë. Pa as më të voglin dyshim, edhe Dast është kompania kryesore e tregut, duke u rritur shpejt nga viti në vit. Dhe shkaku i suksesit është krijimtaria, ideimi dhe inovacioni, duke iu ofruar klientëve të saj produkte me cilësinë më të mirë dhe duke ndërtuar marrëdhënie afatgjata, bazuar tek respekti dhe besimi. Për të ardhur më pas tek:

However, despite becoming a large company and leading the market for a long time, Delta was not enough to fulfill Luan Muça's creative and managerial energies.

DAST

The success achieved with Delta served as a good stimulus to continue with the creation of the Dast company. This company produces and markets products such as tile adhesives, grout mortars, decorative coatings, dry mortars, stucco, gypsum-based products, self-leveling products, waterproofing and thermal insulation products, to silicones and adhesives, acid cleaners, nets, tapes, and even simple accessories. Without a doubt, Dast is also a leading company in the market, growing rapidly year by year. The key to its success is creativity, ideation, and innovation, offering its clients the best quality products and building long-term relationships based on respect and trust.



DEUTHCOLOR

Fabrika e Deutchcolor synon të përbushë kërkesat e tregut duke prodhuar produkte në harmoni me kushtet e mjedisit. Laboratorët e tij janë të pajisur me teknologjinë më moderne dhe bashkëkohore, ku kryhet një studim i hollësishtëm

DEUTHCOLOR

The Deutchcolor factory aims to meet market demands by producing products in harmony with environmental conditions. Its laboratories are equipped with the most modern and contemporary technology, where detailed





nga ekspertë të specializuar që janë në përputhje me kërkesat e tregut. Ky investim i madh u ofron klientëve një gamë të gjerë ngjyrash të cilat ndahen në disa kategori për ambiente të brendshme dhe të jashtme, bojëra për metale, bojëra druri, bojëra dekorative, bojëra për industrinë e ndërtimit, etj. Prodhimi i tyre është në përputhje të plotë me kushtet mjedisore, duke ofruar produkte tërësisht ekologjike. Përmes departamentit të specializuar të kërkimit dhe zhvillimit, Deutschcolor i kushton vëmendje të madhe studimit të tregut të bojërave dhe materialeve të tjera të ndërtimit, duke u përpjekur të jetë i azhornuar në lidhje me kërkesat e klientëve, me qëllim që të jetë prodhuesi lider i bojërave profesionale në vend.

DELTA HOME

Duke filluar me një vizion të qartë, për t'u dalluar në tregun e inovacionit, cilësisë, dizajnit dhe prestigjit, kjo i jep Delta Home një përparësi për të qenë nga konsumatorët zgjedhja e parë në sektorin e mobilimit. Ofron gamë të gjerë të produkteve me cilësi superiore nga partnerët më të mirë, si: VenetaCucine, Natuzzi, Visionnaire, Cantori, Battestela, Connubia by Calligaris, EMU, Domitalia, Dolfi, Imab Group, Softline, ToninCasa, Novamobili, Frighetto, FAN, O&G, Dolfi, Las Group, Moroso, Masureel, etj. Misioni kryesor i Delta Home është të përmirësojmë jetën e njerëzve, duke ofruar zgjidhjet më të mira, për ata që e duan të bukurën dhe komoditetin.

THERMO SWISS

Në vitin 2015 filloi prodhimin fabrika e polisterolit, duke ofruar produkte cilësore, dhe me e rëndësishmja, ekologjike. Kjo është bërë e mundur falë kontrollit të vazhdueshëm, nga laboratorët më të njohur të këtij sektori, në Zvicër dhe Gjermani. Si një kompani inovative, stafi kërkon vazhdimisht zgjidhje të re dhe unike për problemet e konsumatorëve.

studies are conducted by specialized experts who align with market requirements. This significant investment offers clients a wide range of paints that are divided into several categories for interior and exterior environments, metal paints, wood paints, decorative paints, paints for the construction industry, etc. Their production fully complies with environmental conditions, offering entirely ecological products. Through its specialized research and development department, Deutschcolor pays great attention to studying the paint and construction material markets, striving to stay updated with customer demands, with the goal of becoming the leading producer of professional paints in the country.

DELTA HOME

Starting with a clear vision to stand out in the market of innovation, quality, design, and prestige, this gives Delta Home an advantage to be the first choice for consumers in the furniture sector. It offers a wide range of superior quality products from the best partners, such as: VenetaCucine, Natuzzi, Visionnaire, Cantori, Battestela, Connubia by Calligaris, EMU, Domitalia, Dolfi, Imab Group, Softline, ToninCasa, Novamobili, Frighetto, FAN, O&G, Dolfi, Las Group, Moroso, Masureel, etc. Delta Home's main mission is to improve people's lives by offering the best solutions for those who love beauty and comfort.

THERMO SWISS

In 2015, the polystyrene factory began production, offering quality and, most importantly, ecological products. This has been made possible through continuous monitoring by the most recognized laboratories in this sector in Switzerland and Germany. As an innovative company, the staff constantly seeks new and unique solutions to consumer problems.

DELTA GROUP (KOSOVË)

Që prej disa vitesh, Delta Group ka shtrirë aktivitetin e saj edhe në Kosovë. Hapja e tij daton më 31.12.2013. Vendndodhja është në magjistralen Prishtinë-Shkup, km7. Në mënyrë që t'u sigurojë klientëve shërbimet më të shpejta dhe më cilësore, Delta Group vendosi që produktet e saj t'i ketë edhe në Kosovë. Pas kërkesave të vazhdueshme për shërbimet e tyre, Dast dhe Deutschcolor ishin produktet e para të Delta Group të pranishme në tregun kosovar. Më pas, falë punës së madhe dhe një stafi të kualifikuar, u shtuan edhe kompanitë Delta dhe Thermo Swiss.

DELTA GROUP (MAQEDONIA E VERIUT)

E pranishme që në vitin 2013 është edhe në tregun maqedonas me disa kompani të grupit, duke përbushur kërkesat e tregut vendas me produkte që ofrojnë standarde në cilësi dhe çmim. Sot, pas tetë vjetësh duke u referuar nga kërkesat e klientëve për të pasur një shërbim më të shpejtë, Delta Group hapi qendrën e shpërndarjes me një depo prej 7000 m², e vendosur në zonën industriale të Shkupit, afër autostradës, ky vend ka për qëllim të ofrojë një shërbim të shkëlqyer për çdo klient.

DELTA GROUP NË TUNIZI, SENEGAL DHE EGJIPT

Por ajo çka e bën unik Luan Muçën si biznesmen shqiptar është përhapja e biznesit të tij nëpër disa vende të Afrikës si Tunizia, Senegali, Egjipti. Dhe jo thjesht si tregtar, por si një investitor dhe industrialist i mirëfilltë, i cili ndërton fabrika, prodhon produkte, që tashmë janë edhe brande të mirënjohura. Në Tunizi p.sh.,

DELTA GROUP (KOSOVA)

For several years, Delta Group has expanded its activity in Kosovo. Its opening dates back to 31.12.2013. The location is on the Pristina-Skopje highway, km7. In order to provide faster and higher quality services to clients, Delta Group decided to have its products in Kosova as well. After continuous requests for their services, Dast and Deutschcolor were the first Delta Group products present in the Kosovo market. Later, thanks to hard work and a qualified staff, the companies Delta and Thermo Swiss were also added.

DELTA GROUP (NORTH MACEDONIA)

Present in the Macedonian market since 2013 with several group companies, fulfilling the local market's demands with products that offer standards in quality and price. Today, after eight years, responding to client requests for faster service, Delta Group opened a distribution center with a 7,000 m² warehouse, located in the industrial zone of Skopje, near the highway. This location aims to offer excellent service to every client.

DELTA GROUP IN TUNISIA, SENEGAL, AND EGYPT

What makes Luan Muça unique as an Albanian businessman is the spread of his business in several African countries such as Tunisia, Senegal, and Egypt. Not just as a trader, but as a genuine investor and industrialist who builds factories, produces products, that are now also well-known brands. In Tunisia, for



Delta Group ka investuar që në vitin 2019 dhe që në vitin e parë kapi 40 për qind të tregut, duke konkurruar me markat ndërkombëtare atje.

DC INDUSTRIES është i pranishëm edhe në tregun italian që nga viti 2010, duke i furnizuar klientët nga fabrika në Shqipëri. Që prej vitit 2021 fabrika nën brandin DCI është më afër klientëve, duke përbushur më së miri të gjitha nevojat e tregut, kjo falë vizionit dhe këmbënguljes për t'u zgjeruar gjithnjë e më shumë në tregun italian dhe jo vetëm.

DELTA GROUP (USA)

Prej vitit 2020 Delta Group ka hapur kompaninë e saj në New Jersey, USA. Me objektivin kryesor për t'u bërë një nga burimet më gjithëpërfshirëse për produktet që ajo ofron, sjell në treg dizajnin më të mirë, cilësi të shkëlqyer të produktit dhe çmime konkurruese. Delta Group me prezencën e saj në ShBA ka bërë të mundshme që gama e produkteve që ajo ofron të përqafohet nga të gjithë konsumatorët dhe të ketë sukses të padiskutueshëm botërisht.

Delta Group nuk ndalet! Ajo vijon me projektet e saj më të reja, tregon botërisht dhe tashmë u përket kontinenteve me kompanitë "Made in Albania" nëpër vende të ndryshme të botës.

example, Delta Group has invested since 2019 and in the first year captured 40% of the market, competing with international brands there.

DC INDUSTRIES has also been present in the Italian market since 2010, supplying clients from the factory in Albania. Since 2021, the factory under the DCI brand is closer to clients, meeting all market needs perfectly, thanks to the vision and persistence to expand increasingly in the Italian market and beyond.

DELTA GROUP (USA)

Since 2020, Delta Group has opened its company in New Jersey, USA. With the primary goal of becoming one of the most comprehensive sources for the products it offers, it brings to the market the best design, excellent product quality, and competitive prices. Delta Group, with its presence in the USA, has made it possible for the range of products it offers to be embraced by all consumers and to have indisputable global success.

Delta Group does not stop! It continues with its newest projects, grows globally, and now belongs to continents with "Made in Albania" companies in various countries around the world.





LUAN LEKA

President i "EHW Group" (kompanitë EHW, Conad Albania dhe Uji Qafshatama)

Emri i kompanisë: "EHW" Group
Xhiro e biznesit 2023: 145 milion EURO
Numri i punonjësve: 500
Vendndodhja: Tiranë

LUAN LEKA

President of the "EHW" Group (EHW companies, Conad Albania, and Qafshatama Water)

Company Name: "EHW" Group
Turnover 2023: 145 million EUR
No. of employees: 500
Location: Tirana

Edhe pse kanë kaluar mbi 32 vite tashmë, Luan Leka i mban mend sikur të kishin ndodhur dje, ndjenjat e dyzuara më të cilat përcillte procesin e ndryshimit të sistemit. Ishte zyrtar i lartë në Drejtorinë Mekanike, institucion ky që varej në atë kohë nga Ministria e Industrisë dhe Minerave dhe që kishte për detyrë të siguronte lëndë të para për industrinë e ndryshme. Tkurrja e punës se shumë ndërmarrjeve të industrisë ishte një parathënie e vështirësive dhe e pasigurisë që po skicohej edhe për zyrtarët e asaj kohe të çdo niveli. Ndaj, përjetimit të ankthit që vjen nga pasiguria për të ardhmen nuk kishte si t'i shpëtonte as Luan Leka. Nga ana tjetër, brenda kuadrin të detyrës së tij, duke sfiduar ndërkohë edhe vështirësitë, por duke bërë një aksion spektakolar menaxhimi, ai arriti të siguronte lëndën e parë në Itali për një ndërmarrje, me gjysmën e çmimit me të cilin e blinte shteti. Dhe në sajë të kësaj lëvizjeje arriti të fitonte rreth 8500 dollarë. Sot, pas 32-33 viteve, ai i referohet me një krenari legjitime këtij kujtimi.

"8500 dollarë, në kushtet, kur një familje në atë kohë i kishte shpenzimet mujore 100 dollarë, do të

Even though more than 32 years have passed, Luan Leka remembers the mixed feelings he had during the system change as if it were yesterday. At that time, he was a senior official in the Mechanical Directorate, an institution under the Ministry of Industry and Mines, responsible for securing raw materials for various industries. The shrinking operations of many industrial enterprises were a prelude to the difficulties and uncertainties facing officials at all levels. Thus, Luan Leka could not escape the anxiety of an uncertain future. However, within the scope of his duties, he made a spectacular management move by securing raw materials from Italy for a company at half the price the state was paying. Thanks to this move, he earned about 8,500 dollars. Today, he looks back on this memory with legitimate pride.

"8,500 dollars, at a time when a family's monthly expenses were 100 dollars, meant securing about 8 years of family sustenance. And that's exactly what I told my wife: we have



thotë të siguroje rreth 8 vjet bukën e familjes. Dhe pikërisht kështu i thosha gruas: kemi siguruar bukën për 8 vite”, kujton sot biznesmeni i mirënjohur.

Megjithatë, fitimi i një shume të tillë, gjë e pazakontë për kohën, nuk është se e vetëkënaqi. Përkundrazi, e nxiti akoma më shumë në këtë rrugë. Ndaj më pas filloi të sjellë karrige dhe tavolina plastike. “Gjysma e lokaleve të asaj kohe janë mobiluar me produktet që tregtoja unë”, thotë ai. Pikërisht në këto momente, Ministri i atëhershëm i Industrisë, Abdyl Xhaja e thërret dhe i thotë që është përzgjedhur për zv. Ministër. Pra një udhëkryq tjetër shfaqet para Luan Lekës, ku, nga alternativa që do zgjidhte do të përcaktohej edhe e ardhmja. “Por, unë tashmë e kisha bërë zgjedhjen, pasi, përveçse isha nën euforinë e një biznesi që ecte mirë, kisha konsoliduar ndërkohë edhe idenë e hapjes së një fabrike salami”, tregon ai.

Dhe kështu, një ditë të bukur të vitit 1993, në ambientet e ish-markatës së “21 Dhjetorit” mori rrugë fabrika e përpunimit të mishit “EHW”. Nuk ishte ndër të parat fabrika të sektorit, pasi në atë kohë kishte mbi 30 prodhues sallami. Por, i qartë për mënyrën se si do të ecte para, ku cilësia do të ishte kali kryesor i luftës, Luan Leka arriti të joshte e t’i merrte ish-Kombinatit të Mishit disa prej specialistëve më të zotë të tij, duke u ofruar paga pesë herë më të larta sesa ato që merrnin në vendin e mëparshëm të punës.

Udhëtimi i kompanisë EHW nga viti në vit ishte i pandalshëm. Aktiviteti i saj njihje vetëm rritje. Ndonëse numri i kompanive prodhuese në sektorin e përpunimit të mishit ka qenë i lartë kurdoherë, sërish EHW duket sikur e ka pasur

secured bread for 8 years,” recalls the well-known businessman today.

However, earning such an amount, unusual for the time, did not satisfy him. On the contrary, it spurred him even more. He then began to import plastic chairs and tables. “Half of the venues at that time were furnished with the products I traded,” he says. At that moment, the then Minister of Industry, Abdyl Xhaja, called him and told him he was selected to be Deputy Minister. Another crossroads appeared before Luan Leka, where his choice would determine his future. “But I had already made my choice, as, besides being in the euphoria of a thriving business, I had also consolidated the idea of opening a salami factory,” he says.

And so, on a beautiful day in 1993, in the premises of the former “21 Dhjetori” market, the meat processing factory “EHW” began. It was not among the first factories in the sector, as there were over 30 salami producers at that time. But, with a clear vision where quality would be the main focus, Luan Leka managed to lure some of



betejën vetëm me vetveten. Duke u përsosur. Duke rritur standardet. Duke u investuar në mënyrë sistematike. Duke rritur numrin e produkteve. Dhe duke akumuluar vit pas viti, suksese në përmasa aq të mëdha, sa pikërisht këto u bënë premisa për ta zgjeruar aktivitetin, me blerjen edhe të kompanive të tjera.

Fillimisht u ble “Uji Qafshatama”, një veprim biznesi ky që shkonte në harmoni të plotë me filozofinë e Luan Lekës si biznesmen, për t’u përqëndruar vetëm në prodhimin dhe tregtimin e produkteve të konsumit të përditshëm. Kur e bleu kompaninë “Qafshatama”, ajo ishte thjesht një kapanon i rëndomtë i ambalazhimit të një uji shumë të mirë. Më pas, u ndërtua një fabrikë moderne, ndërsa kohët e fundit u investua dhe u ndërtua edhe një fabrikë tjetër, akoma më e madhe se e mëparshmeja. Duke e kthyer kështu ujin “Qafshatama” në një konkurent të fortë në treg.

Në historikun e Lekës si biznesmen, si një nga veprimet më të bukura të biznesit përfshihet blerja e “Conad Albania”. Kur i erdhi propozimi për ta blerë këtë rrjet të njohur supermarketesh, situata që po përjetonte Conad në Shqipëri ishte e pafavorshme. Për aq kohë sa kishte funksionuar në Shqipëri, Conad kishte akumuluar humbje sistematike, duke u ndjekur në këtë fat të keq edhe nga supermarketet e tjera të njohura si Mercator, Carrefour, etj. Ndaj, duhej një vision i madh, një strategji e qartë, një vetëbesim i palëkundshëm në aftësitë menaxhuese të vetvetes për t’u përgjigjë pozitivisht ofertës për blerje. Luan Leka i kishte të gjitha këto cilësi,

the best specialists from the former Meat Combine, offering them salaries five times higher than their previous jobs.

The journey of the EHW company from year to year was unstoppable. Its activity only grew. Although the number of manufacturing companies in the meat processing sector has always been high, EHW seemed to have had the battle only with itself. By perfecting its methods, raising standards, investing systematically, increasing the number of products, and accumulating successes year after year, these achievements laid the foundation for expanding its activity by acquiring other companies.

First, “Qafshatama Water” was bought, a business move that fully aligned with Luan Leka’s philosophy as a businessman, focusing solely on producing and trading daily consumption products. When he bought the “Qafshatama” company, it was just a regular packaging warehouse for very good water. Later, a modern factory was built, and recently another even larger factory was established, turning “Qafshatama” water into a strong competitor in the market.

One of the most notable business moves in Leka’s career was the purchase of “Conad Albania”. When he received the proposal to buy this well-known supermarket chain, Conad’s situation in Albania was unfavorable. It had accumulated systematic losses, similar to other well-known supermarkets like Mercator and Carrefour. A great vision, clear strategy, and unwavering confidence in his managerial abilities were needed





ndaj vendosi ta pranonte sfidën, duke u bërë me kalimin e kohës pronar i pothuajse të gjithë kuotës së aksioneve të “Conad Albania”. Dhe, që nga çasti që u bë pronar, filloi administrimin e rreptë të kompanisë, duke mbyllur supermarketet që dilnin sistematikisht me humbje, duke i zëvendësuar ato me të reja, duke kontrolluar kostot, duke ofruar vetëm produkte të cilësisë së lartë, etj. Rezultatet nuk munguan. Humbjet erdhën duke u zvogëluar brenda një periudhe të arsyeshme kohe dhe më pas, kompania filloi duke dalë me fitim. Tashmë nuk bëhet më fjalë nëse ajo do regjistrojë ose jo fitim në fund të vitit ushtrimor, por kureshtja është se sa është rritur fitimi i saj krahasuar me një vit më parë.

Së fundmi, Conad i është nënshtruar një tjetër veprimi reformues. Nëse deri tani produktet e tij janë shitur në supermarketet e kompanisë, por edhe me franchise, tashmë kompania ka vendosur t’i tregtojë produktet e saj vetëm në supermarketet e veta. Krahas tri supermarketeve të mëdha që janë hapur së fundmi në Tiranë, Durrës e Fier, janë në process edhe tri të tjera. Arsyeja pse u bë i nevojshëm ky hap lidhet me dëshirën e kompanisë Conad Albania për të ruajtur dhe forcuar sa më shumë reputacionin e vet. Që, për hir të vërtetës, duhet thënë se me mënyrën e mëparshme të bashkëpunimit, nuk garantohej në maksimum.

Gjatë vitit 2023, Grupi “EHW” e vazhdoi traditën e rritjes së vazhdueshme, duke regjistruar rreth 145 milionë euro xhiro biznesi në tri kompanitë.

to respond positively to the purchase offer. Luan Leka had all these qualities, so he decided to accept the challenge, becoming, over time, the owner of almost the entire share of “Conad Albania”. From the moment he became the owner, he began strict management of the company, closing consistently loss-making supermarkets, replacing them with new ones, controlling costs, and offering only high-quality products.

The results were evident. The losses shrank within a reasonable period, and then the company began to turn a profit. Now, it’s no longer a question of whether it will record a profit at the end of the fiscal year, but rather how much its profit has increased compared to the previous year. Recently, Conad has undergone another reform. Previously, its products were sold in the company’s supermarkets and through franchises. Now, the company has decided to sell its products only in its supermarkets. Alongside the three large supermarkets recently opened in Tiranë, Durrës, and Fier, three more are in the process. This step was necessary to preserve and strengthen Conad Albania’s reputation as much as possible, which was not fully guaranteed with the previous cooperation model.

In 2023, the “EHW” Group continued its tradition of continuous growth, registering about 145 million euros in business turnover across the three companies.





AVNI PONARI

CEO i "SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA"

Emri i kompanisë: Sigal Uniqa Group Austria
(Sigal Shqipëri, Sigal Kosovë, Sigal Maqedoni,
Sigal Jetaë, Fondi i Pensioneve Sigal)

Xhiro e biznesit 2023: 110 million EURO
Ndryshimi në % 23/22: +25

**Numri i punonjëseve
dhe agjentëve:** 2100
Vendndodhja: Tiranë, Prishtinë, Shkup

AVNI PONARI

CEO of SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA

Company Name: Sigal Uniqa Group Austria
(Sigal Shqipëri, Sigal Kosovë, Sigal Maqedoni,
Sigal Jetaë, Fondi i Pensioneve Sigal)

Turnover 2023: 110 million EUR
Difference in % 23/22: +25

**No. of employees
and agents:** 2100
Location: Tirana, Prishtina, Skopje

Teksa lëvizte me makinë në Bulevardin “Dëshmorët e Kombit”, Avni Ponarit i zunë sytë ish-Ministrin nga i cili varej institucioni ku ai punonte si oficer marine. Ishte Ministri që si rezultat i mospëlqimit të një fejtoni, të shkruar nga Ponari e të botuar në gazetën e ushtrisë, u angazhua personalisht që Avni Ponari të largohej nga profesioni që ai e donte aq shumë. Ishte Ministri, që me vendimin e tij, i dha Avni Ponarit ankthin e parë që vjen nga papunësia. Ishte Ministri, i cili me veprimin e tij e ballafaqoi oficerin e ri dhe babain e dy fëmijëve të vegjël me shqetësimin dhe pasigurinë që të jep papunësia.

Tashmë me një status të ri, Avni Ponari ndaloi makinën afër ish-eprorit të tij, doli nga makina, i dha dorën dhe e pyeti: “A më njeh?”

“Sigurisht që të njoh”, iu përgjigj ish-Ministri, me një buzëqeshje në fytyrë, e ndoshta i përgatitur psikologjikisht edhe për ndonjë shfryrje mllëfi

As he drove along Boulevard “Dëshmorët e Kombit,” Avni Ponari noticed the former Minister from whom the institution he worked for as a naval officer was dependent. It was this Minister who, due to dissatisfaction with an article Ponari wrote and published in the military newspaper, personally ensured Ponari’s departure from the profession he cherished. It was the Minister who, with his decision, introduced Avni Ponari to the first anxiety stemming from unemployment. It was the Minister who confronted the young officer and father of two small children with the worry and insecurity that unemployment brings.

Now with a new status, Avni Ponari stopped his car near his former superior, got out of the car, extended his hand, and asked, “Do you recognize me?” “Of course I do,” replied the former Minister, with a smile, perhaps psychologically

nga ana e “viktimës” së tij të dikurshme. Por ajo që ndodhi ishte e kundërta e asaj që mund të presupozonte. Ponari nxori një kartëvizitë nga xhepi dhe ia la në dorë duke e shoqëruar me fjalët: “Sa herë të kesh nevojë, për çdo gjë që të kesh nevojë dhe kurdoherë që të kesh nevojë, trokit në derën time pa ngurrimin më të vogël”.

Po pse kjo ofertë bujare? Ç’ishte deklarimi i këtij disponimi dashamirës? Shprehje konsiderate dhe vlerësimi prej Avni Ponarit për ish-eporin që e shkarkoi nga puna? Sjellje sipas predikimit kristian për të mos iu përgjigjur tjetrit “sy për sy e dhëmbë për dhëmbë”? Asnjëra nga këto. Hapja e derës, dhënia e lejes për të trokitur kurdoherë aty për çfarëdo lloj nevoje ishte thjesht një veprim në bazë të një konkluzioni filozofik. Ishte një veprim që u bë si rrjedhojë e të shikuarit pozitivisht të gjërave dhe të ngjarjeve.

Shkarkimi nga puna, edhe pse me preteks qesharak, ishte njëri nga gurët e themelit, me të cilin më pas Avni Ponari ndërtoi perandorinë “SIGAL”. Pas këtij shkarkimi ai u fut në industrinë e sigurimeve, duke mbuluar kryesisht sigurimet e mjeteve motorike dhe të anijeve në udhëtim. Por kur edhe nga kjo punë pati telashe të tjera me eporët, atëherë kupa u mbush. Nuk mendoi më për punësimin e radhës, gjë që do t’i sillte problemet e radhës. Por mendoi të mos humbë më kohë, shfrytëzoi ligjin e porsadalë për liberalizimin e tregut të sigurimeve, aplikoi për të marrë licencën e kompanisë private, të projektuar në kokën e tij mbi bazën e një vizioni pa limite dhe filloi punën për konkretizimin e tij. Gjithë ditëve rrugëve të Shqipërisë, qytet më qytet për të ngritur rrjetin e shitjes së policave të sigurimit. Gjithë ditën me përpjekje të stërmundimshme për të krijuar “ushtrinë” e siguruesve. Në ditë të caktuara ka rastisur të përshkojë edhe 1000 kilometra brenda ditës, duke shkuar në 5 qytete të Shqipërisë nga Veriu në Jug. Dhe bëhet fjalë për një kohë kur rrjeti rrugor ishte i shkatërruar dhe udhëtimi me automjet ishte torturë e vërtetë. Gjithë ditën në punë në funksion të “SIGAL”-it, kësaj “foshnje” që sapo kishte lindur e duhej të rritej, ndërkohë që në darkë kthehej tek fëmijët që i kishin munguar përgjatë ditës. Por sapo

prepared for any lingering resentment from his former “victim.” But what happened was the opposite of what one might expect. Ponari pulled out a business card from his pocket and handed it over, saying, “Whenever you need anything, for any reason, and whenever you need it, knock on my door without hesitation.”

But why such a generous offer? Was it a declaration of goodwill? A considerate expression and appreciation from Avni Ponari towards the former superior who had fired him? A Christian-like behavior of not answering “eye for an eye, tooth for a tooth”? None of these. Opening the door, giving permission to knock anytime for any need was simply an action based on a philosophical conclusion. It was an action taken as a result of a positive outlook on things and events.

Dismissal from his job, though on a ridiculous pretext, was one of the foundational stones with which Avni Ponari later built the empire of “SIGAL.” After this dismissal, he entered the insurance industry, primarily covering motor vehicle and travel insurance. But when he faced troubles again with superiors in this job, the cup was full. He no longer thought about the next employment, which would bring its own problems. Instead, he thought not to waste any more time, utilized the law of open market for insurance liberalization, applied for the license of the private company designed in his head based on an unlimited vision, and started working to materialize it. All day on the roads of Albania, city by city, to establish the sales network of insurance policies. All day with tireless efforts to create an “army” of insurers. On certain days, he managed to cover up to 1000 kilometers within a day, visiting 5 cities of Albania from north to south. And this is a time when the road network was in disrepair and driving was a real torture. All day at work for “SIGAL,” this “baby” that had just been born and needed to be nurtured, while in the evening he returned to his children whom he had missed throughout the day. But as soon as he began to calm down and relax somewhat physically from the long and exhausting day, his mind was back on “SIGAL,”



niste të qetësohej e të çlodhej disi fizikisht nga dita e gjatë dhe e mundimshme, mendja i rrinte tek “SIGAL” dhe mezi priste të zbardhte, për të nisur sërish dedikimin ndaj krijesës së tij të biznesit.

Momenti kur takoi ish-Ministrin e tij, i përket një kohe kur “SIGAL” kishte marrë drejtim e rrugë, kishte lënë pas ata konkurrentë që ishin në treg dhe kishte filluar rolin e lidërshpit në tregun e sigurimeve. Dhe në euforinë e suksesit, Avni Ponari përcaktonte nëpërmjet analizës së tij si një nga kontribuesit e rëndësishëm edhe vendimin për pushimin nga puna.

Që nga çasti kur “SIGAL” siguroi rolin primar në tregun e sigurimeve, e ka ruajtur këtë rol dhe e ka forcuar nga viti në vit. Duke u rritur, duke u forcuar dhe konsoliduar, “Sigal Uniqa Group Austria” ka arritur të ketë një impakt të madh në jetën e gjithsecilit që ka ndërtuar marrëdhënie me të. Të sigurohesh do të thotë dinjitet, intergritet për gjithsecilin. Të sigurosh shtëpinë do të thotë se në rast fatkeqësish natyrore mos të rriësh me sytë e drejtuar nga institucionet publike me shpresë në mëshirës së tyre, por të zgjidhësh problemin konform kontratës që kë nënshkruar me kompaninë e sigurimeve.

Të sigurohesh për shëndetin do të thotë që nëse të “zë e keqja” të mos rriësh në shpresë të apeleve për ndihmë e solidaritet, që me shumë mundësi ka të mos vijë, por t’i drejtohesh kompanisë së sigurimit për pagesën e faturave. Dhe dalim pastaj edhe tek një ndër arsyt kryesore pse veprimtaria e “Sigal Uniqa Group Austria” është kaq e suksesshme. Është

eagerly awaiting dawn to resume dedication to his business creation.

The moment he met his former Minister belongs to a time when “SIGAL” had taken the lead, leaving behind competitors in the market and begun to assume a leadership role in the insurance market. And in the euphoria of success, Avni Ponari also decided through his analysis as one of the important contributors to the decision to be laid off. Since “SIGAL” secured the leading role in the insurance market, it has maintained and strengthened this role year after year. Growing, strengthening, and consolidating, Sigal Uniqa Group Austria has had a significant impact on the lives of everyone who has built a relationship with it. To insure means dignity, integrity for everyone. Insuring your home means not relying on public institutions for mercy in case of natural disasters, but solving the problem according to the contract signed with the insurance company.

To ensure health means that if “evil strikes”

sepse ajo nuk i shmanget detyrimit kryesor që ka një kompani sigurimi e që është pagimi i dëmeve. Vetëm në Shqipëri mbi 22 për qind e totalit të dëmeve Jo-Jetë ose afro 14 milionë euro janë paguar nga “Sigal”. Kurse Sigal Jetë ka rreth 58 për qind të totalit të dëmeve të paguara. Dhe kur ke reputacionin e një kompanie serioze dhe të përgjegjshme, atëherë edhe klientët të besojnë. Ndaj dhe aktiviteti i kompanisë, vetëm në Shqipëri, është rritur rreth 13 për qind krahasuar me vitin paraardhës.

E vërteta është se “SIGAL UNIQA GROUP Austria” ka ofruar gjithmonë mundësi të reja aty ku të tjerët nuk i shohin, ndaj është një hap para në ofrimin e produkteve novatore, të thjeshta, të shpejta dhe pa kosto shtesë. I kushtohet shumë rëndësi rritjes së efikasitetit nëpërmjet optimizimit të mëtejshëm të modelit të biznesit, duke rritur produktivitetin. Janë thjeshtëzuar dhe automatizuar pjesa më e madhe e proceseve të punës, janë shkëmbyer dhe zbatuar praktikatat më të mira të punës, është optimizuar më tej marrja në sigurim dhe vendosja e çmimeve. Modeli i biznesit është përmirësuar nëpërmjet adoptimit të mënyrave të reja të qasjes ndaj klientëve dhe pasurimit të gamës së produkteve dhe shërbimeve, të cilat ofrojnë vlerë shtesë për klientët. Kompania ka rritur vizibilitetin e brandit dhe tërheqjen ndaj produkteve egzistuese dhe atyre të reja. Në misionin për të qenë më shumë sesa kompani sigurimi, SIGAL ka zgjeruar modelin e biznesit përtej fondit të sigurimeve, duke thelluar fokusin tek menaxhimi i aseteve dhe biznesit të fondeve të pensionit. Është punuar më tej edhe me promovimin dhe rritjen e vetëdijesimit mbi kujdesin dhe mbrojtjen e risikut. Po qe se do të kishim mundësi të monitoronim nga afër Avni Ponarin për një periudhë të caktuar kohe, me siguri do të konstatojmë që fjala më e përdorur e tij gjatë ditës është “SIGAL”. Dhe ka të drejtë. Sepse “SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA” është tashmë jo vetëm realitet i rëndësishëm në tregun financiar shqiptar, por edhe një ide e 25 viteve më parë, e transformuar në një gjigand brenda një harku kohor 25-vjeçar. SIGAL është gjurma e suksesit të Avni Ponarit, është kryevepra që e ka përmbushur dhe realizuar plotësisht atë.

not to rely on appeals for help and solidarity, which are unlikely to come, but to turn to the insurance company to pay bills. And then we come to one of the main reasons why the activity of “Sigal Uniqa Group Austria” is so successful. It is because it does not shun the main obligation of an insurance company, which is to pay damages. In Albania alone, over 22% of the total non-life damages or approximately 14 million euros have been paid by “Sigal.” Sigal Life has paid around 58% of the total damages. And when you have the reputation of a serious and responsible company, then clients trust you. Hence, the company’s activity, in Albania alone, has increased by about 13% compared to the previous year.

The truth is that “SIGAL UNIQA GROUP Austria” has always offered new opportunities where others do not see them, so it is a step ahead in offering innovative products, simple, fast, and without additional costs. Much importance is given to increasing efficiency through further optimization of the business model, thereby increasing productivity. Most work processes have been simplified and automated, best work practices have been exchanged and applied, insurance acquisition and pricing have been further optimized. The business model has been improved through adopting new approaches to customer engagement and enriching the range of products and services that provide added value to customers. The company has expanded its business model beyond the insurance fund, focusing on asset management and pension fund business. Further work has been done on promoting and increasing awareness of risk care and protection. If we had the opportunity to monitor Avni Ponari closely for a certain period of time, we would surely find that his most used word during the day is “SIGAL.” And he is right. Because “SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA” is now not only a significant reality in the Albanian financial market, but also an idea 25 years ago, transformed into a giant within a 25-year timeframe. SIGAL is Avni Ponari’s footprint of success, it is the masterpiece that he has fully fulfilled and realized.



MALTIN KORKUTI

Drejtor i Përgjithshëm i Credins Bank

Emri i kompanisë: Credins Bank
Xhiro e biznesit 2023: 128 milionë EURO
Numri i punonjësve: 1038
Zyrat qendrore: Tiranë

MALTIN KORKUTI

General Director of Credins Bank

Company Name: Credins Bank
Turnover 2023: 128 million EUR
No. of employees: 1038
Headquarter: Tirana

Credins Bank udhëhoqi një tjetër vit të suksesshëm në disa drejtime. Të gjitha nismat financiare të ndërmarra, kanë ndjekur me një koherencë të plotë trajektoren strategjike të vendosur për vitin 2023. Ishte një vit i rëndësishëm ku shumëllojshmëri ngjarjesh shoqëruan 20 vjetorin e Credins bank, duke sjellë si në aspektin financiar ashtu edhe në atë social një performancë dinjitoze. Credins vazhdoi të ruajë pozita solide në treg si banka e parë në portofolin e kredisë dhe e dytë në total asetesh dhe depozitash. Credins tregoi impenjim maksimal për t'iu përshtatur trendeve globale që sjell vazhdimisht tregu financiar e kryesisht ai bankar. Në këtë aspekt, shënuam një rritje edhe në zgjerimin e numrit të klientëve, duke bërë që Credins të ishte zgjedhja e duhur për investimet e tyre. Credins bank e zgjeroi edhe më tej veprimtarinë financiare ku një nga arritjet për tregun ekonomiko-financiar në Shqipëri ishte edhe lançimi i ofertës së parë publike të instrumentave të borxhit të llojit të obligacioneve. Jo vetëm në statusin e nënshkruesit të këtij emetimi, por edhe si

Credins Bank has had another successful year in various areas. All financial initiatives undertaken have consistently followed the strategic plan set for 2023. This year was especially significant, marked by numerous events celebrating the 20th anniversary of Credins Bank, showcasing both financial and social achievements. Credins maintained a solid market position, leading in the credit portfolio and ranking second in total assets and deposits. The bank demonstrated a strong commitment to adapting to global trends in the financial and banking sectors. In this regard, we saw growth in our customer base, making Credins the preferred choice for their investments. Additionally, Credins expanded its financial activities, achieving a milestone for the Albanian economic-financial market with the launch of the first public offering of debt instruments in the form of bonds. As both the underwriter of this issuance and the founder of Albania's first private stock exchange, Credins displayed a successful and ambitious vision for the development of the business sector and the local economy.

The banking industry has seen significant

Adresa: Rruga Vaso Pasha, Nr. 8, Tiranë, Shqipëri
Tel: + 355 46 700 777
E-mail: info@bankacredins.com

Address: Vaso Pasha Street, No. 8, Tirana, Albania
Phone: + 355 46 700 777
E-mail: info@bankacredins.com



themeluesi i Bursës së parë private shqiptare, Credins tregoi se ka një vizion të sukseshëm dhe ambicioz për zhvillimin e sektorit të biznesit por edhe të ekonomisë vendase.

Industria bankare ka marr një hov të madh zhvillimi dhe ku konkurrenca e tregut është e madhe. Dizenjuam produkte të reja dhe sollëm larmi ofertash të dedikuara sipas segmenteve të klientëve. Objektivi kryesor ishte ofrimi i produkteve apo shërbimeve konkurruese si në terma të produkteve me benefite në efikasitetin e ofrimit të tyre, zgjerimin e kanaleve në të cilat ofrohen, termat kohore, lehtësim procedurash, etj. Kredihënia u bazua në njohjen e potencialit të klientëve tanë besnik, si dhe të rinj në varësi të veçorive të sektoreve ku ata operojnë. Partneriteti më institucione financiare ndërkombëtare si rasti i Mastercard i dhanë zë, hartimit të ofertave të veçanta mbi promovimin e kartave me parapagesë dhe ofertave për klientët e rinj. Credins sërisht inicioi fushata mbi bazën e shpërblyerjes të klientëve kartëmbajtës si dhe incentivimin e klientëve biznes të pajisur me POS. Duke ruajtur pozicionin si një nga bankat që ofron interesa të favorshme në produktet

development, even amidst strong market competition. We designed new products and introduced a variety of offers tailored to different customer segments. Our main objective was to provide competitive products and services, focusing on benefits in efficiency, channel expansion, timing, and procedure simplification, among others. Lending was based on recognizing the potential of our loyal and new customers, depending on the specific characteristics of their sectors. Partnerships with international financial institutions, such as Mastercard, supported the creation of special offers promoting prepaid cards and new customer offers. Credins also initiated reward-based campaigns for cardholders and incentives for business clients equipped with POS systems. By maintaining a position as one of the banks offering favorable interest rates on investment products, the launch of special term deposit offers was a natural part of our strategy to serve our customers with preferential rates. Support for sectors such as tourism, agriculture, energy, and others remained a focus to strengthen and develop these crucial sectors of the local economy.

Referring to the global situation and changes

e investimit, lançimi i ofertave speciale për depozitat me afat erdhën natyrshëm si pjesë e një strategjie për t'iu shërbyer klientëve tanë me norma preferenciale. Mbështetja e sektorëve si: turizmi, bujqësia, energjia etj ishte sërish në fokusin tonë për të forcuar dhe zhvilluar këto sektorë të rëndësishëm të ekonomisë vendase.

Nëse i referohemi situatës globale, pra ndryshimet e tregjeve financiare, rritja e normës bazë të interesit në Eurozone, Amerikë, Angli edhe Shqipëria ka arritur të jetë krahë tendecave të tregut, më qëllim menaxhimin efektiv të likuiditetit dhe investimeve afatgjatë. Rritja e inflacionit edhe pas përpjekjeve për ta mbajtur atë të ulët ka ndikuar në normat e interesit të kredive dhe depozitave. Objektivi ynë kryesor ka qenë menaxhimi i likuiditetit dhe investimi në letra me vlerë vendase dhe të huaja.

Bankingu digjital, sot është kryefjala dhe Credins nuk ka kursyer çdo investim në inovacion duke përmblusur nevojat e klientëve. Gjatë 2023, numri i klientëve në platformën Credins online arriti mbi 61% të totalit të individëve aktivë. POS-et janë një tjetër kanal digjital që kanë njohur rritje me mbi 50% në numrin e trasaksioneve krahasuar me 2022, i nxitur edhe nga faktorë të tjerë si rritja e penetrimit të kartave, iniciativat e qeverisë për të promovuar pagesat pa para dhe popullariteti i tregtisë elektronike (e-commerce). Rritje shënoi gjithashtu edhe numri i transaksioneve dhe volumit në ATM më 14% krahasuar me vitin 2022.

Banka Credins ka përmirësuar portfolet duke e tejkuluar tregun për sa i përket aktivitetit huadhënës dhe grumbullimit të fondeve nga klientët përkatësisht. Gjithashtu, Credins vazhdoi të ketë një pjesë tregu të konsiderueshëm në totalin e aktiveve dhe në totalin llogarive të

in financial markets, the increase in the base interest rate in the Eurozone, America, and the UK influenced Albania to align with market trends, aiming for effective liquidity management and long-term investments. The rise in inflation, despite efforts to keep it low, affected interest rates on loans and deposits. Our main objective was managing liquidity and investing in domestic and foreign securities. Digital banking is now a key focus, and Credins has invested heavily in innovation to meet customer needs. In 2023, the number of clients on the Credins online platform reached over 61% of active individuals. POS devices saw over a 50% increase in transactions compared to 2022, driven by factors like card penetration growth, government initiatives promoting cashless payments, and the popularity of e-commerce. The number and volume of ATM transactions also increased by 14% compared to 2022.

Credins Bank improved its portfolios, outperforming the market in terms of lending activity and fund collection from clients. Credins also maintained a significant market share in total assets and client accounts, keeping pace with market growth and even improving its market share compared to the previous year: total assets at 16.5% and client accounts at 17.6%. In line with international standards, we have applied





klientëve duke mbajtur ritmin e rritjes së tregut dhe madje duke përmirësuar peshën në treg krahasuar me një vit më parë, përkatësisht: total aktive 16.5% dhe llogaritë e klientëve 17.6%

Në përputhje me standardet ndërkombëtare, kemi aplikuar përmirësime në lidhje me matjen dhe monitorimin e riskut të likuiditetit dhe të normës së interesit, duke përcaktuar limite dhe instrumente të reja në menaxhimin e këtyre rreziqeve. Janë implementuar sisteme në lidhje me automatizimin e proceseve për përllogaritjen e indikatorëve sipas kërkesave rregullatore dhe të brendshme. Fokus të rëndësishëm ka pasur në mirëadministrimin e vlerësimeve të kolateralëve për mbulimin sa më lartë të ekspozimeve në risk dhe përfshirjen e një game më të gjerë të kolateralëve, përfshirë edhe instrumenta të reja financiare dhe produkteve të sigurimeve.

Arsyeya çfarë e bën të veçantë Credins bank, është dhe investimi në burime njerëzore. Angazhimi ynë për të ofruar mirëqenie financiare më paketa të shumta benefitesh, kanë njohur rritje të jashtëzakonshme çdo vit, duke ofruar edhe një kulturë moderne në socializimin e stafeve. Përgjatë vitit 2023 që përkoi dhe me 20 vjetorin e bankës, Credins zgjodhi të vinte me një strategji paketash financiare të përditësuara. Paga e 13 dhe 14, bonusi i performancës, kreditë preferenciale, skema e vjetërsisë së punës dhe ajo e besnikërisë, jetë dhe shëndet (cash plan),

improvements in measuring and monitoring liquidity risk and interest rate risk, setting new limits and instruments for managing these risks. Systems have been implemented to automate processes for calculating indicators according to regulatory and internal requirements. Significant focus has been on the proper administration of collateral evaluations to maximize risk exposure coverage, including a wider range of collaterals and new financial instruments and insurance products.

What makes Credins Bank special is its investment in human resources. Our commitment to providing financial well-being through multiple benefits packages has seen extraordinary growth each year, offering a modern culture of staff socialization. During 2023, which also marked the bank's 20th anniversary, Credins introduced updated financial package strategies. The 13th and 14th salaries, performance bonuses, preferential loans, seniority and loyalty schemes, life and health (cash plan), staff retreats, and various trainings are just some of the benefits for every employee. This strategy aims not just for a successful business but also for our empathetic and visionary ability to create a favorable work environment that harmonizes both the financial and emotional aspects of each employee.

Talking about Credins Bank comes with great responsibility due to its status and impact, even in the social aspect. A bank that counts significant





DHURO

PËR NJË BUZËQESHJE!

FUQIZIMI I SHOQËRISË DHE INOVACIONIT



E-mail: info@smile.al

staf retreat, trajnimet e ndryshme, janë vetëm disa nga përfitimet për çdo punonjës. Kjo është një strategji që nuk synon thjesht për të patur një biznes të suksesshëm por aftësia jonë empatike dhe vizionare për të krijuar një klimë pune të favorshme e cila, synon të harmonizojë si aspektin financiar ashtu edhe atë emocional të çdo punonjësi.

investments in community well-being and progress. We have invested in fields that bring progress to the country, such as technology, economy, employment, environment, tourism, education, culture, sports, and more. This mindset has made Credins not only the number one choice for every Albanian but also earned maximum respect for all the work done in the development of Albanian

Të flasësh për Credins Bank kërkon një përgjegjësi të madhe, për vetë statusin dhe impaktin që ajo ka krijuar edhe në aspektin social. Një bank që numëron investime të mëdha në funksion të mirëqenies së komunitetit dhe progresit të tij. Kemi investuar në fusha që sjellin përparim për vendin si në teknologji, ekonomi, punësim, mjedis, turizëm, arsim, kulturë, sport etj. Kjo mendësi ka bërë që Credins të jetë jo vetëm zgjedhja numër një e çdo shqiptari, por të gëzojë njëherazi respektin maksimal për të gjithë punën absolute të bërë në zhvillim të shoqërisë shqiptare. “SDG Business Pioneers” çmimi i akorduar nga United Nation of Albania në 2023, ishte shpërblimi i sakrificës që Credins bank ka dhënë në 20 vite. Ndihe mi krenar që jemi e para bankë që merr këtë çmim prestigjioz duke ndjekur 17 objektivat për zhvillim dhe qëndrueshmëri të vendosura nga OKB. Antarësimet në UN Global Compact dhe UN Woman tregojnë se Credins bank është e angazhuar të ndjek modelet më të mira në botë.

Credins Bank, ka një angazhim maksimal në zhvillimin e kanaleve digjitale dhe duke u bazuar në strategjinë e saj, do të vazhdojë të ketë në fokus ofrimin e produkteve tërësisht digjitale. Ofrimi i zgjedhjeve inovative dhe të personalizuar për klientët tanë, janë ambicia jonë më e madhe profesionale. Ne do të vazhdojmë të jemi partneri kryesor duke suportuar çdo kërkesë dhe nevojë me produkte atraktive, procedura efektive, skema konkurruese dhe shërbim të shkëlqyer, ashtu siç Credins ka ofruar në 21 vite.

society. The “SDG Business Pioneers” award given by the United Nations of Albania in 2023 was a recognition of Credins Bank’s sacrifice over 20 years. We are proud to be the first bank to receive this prestigious award, following the 17 sustainable development goals set by the UN. Memberships in the UN Global Compact and UN Women demonstrate that Credins Bank is committed to following the best global models. Credins Bank is fully committed to developing digital channels and, based on its strategy, will continue to focus on providing entirely digital products. Offering innovative and personalized solutions for our clients is our greatest professional ambition. We will continue to be the main partner supporting every request and need with attractive products, efficient procedures, competitive schemes, and excellent service, as Credins has offered for 21 years.





MARIO BRACCI

*Administrator i Përgjithshëm
i kompanisë "ANTEA CEMENT"*

Emri i kompanisë: Antea Cement
Xhiro e biznesit 2023: 96 million EURO
Numri i punonjësve: 188
Vendndodhja: Thumanë

MARIO BRACCI

*General Administrator
of the company "ANTEA CEMENT"*

Company Name: Antea Cement
Turnover 2023: 96 million EUR
No. of employees: 188
Location: Thumane

Janë të shumtë personat që telefonojnë në numrin tonë, me iluzionin se po flasin me përfaqësues të kompanisë së prodhimit të çimentos 'Antea Cement'. Kërkesa e tyre është e thjeshtë: duan sasi të caktuara çimentoje. Por kërkesat si këto, që në kushte normale do të ngazëllenin këdo, sepse janë mundësi e mirë për ta bërë ndërmjetësin në kontratë, tek ne nuk lënë asnjë emocion të tillë. Kjo pasi ne e dimë mirë se 'Antea Cement' është kompani që funksionon me kapacitet të plotë. E dimë mirë se për 'Antea Cement' kërkesat për produkt janë më të mëdha sesa ajo ka mundësi t'i plotësojë. Pra, ajo bën pjesë tek ai grupi i pak kompanive, që e dinë që në fillim të vitit se të gjithë prodhimin e kanë të shitur. Për 'Antea Cement' tregu nuk ka surpriza, nuk ka improvizime, nuk sjell ndonjë vështirësi që ajo nuk mund ta përballojë. 'Antea Cement' nga viti në vit e ka situatën nën kontroll, çka do të thotë se performancat vetëm sa i përmirësohen.

Many people call our number, under the illusion that they are speaking with representatives of the cement production company 'Antea Cement.' Their request is simple: they want specific quantities of cement. But requests like these, which under normal conditions would excite anyone because they present a good opportunity to act as an intermediary in a contract, do not evoke such emotions in us. This is because we know well that 'Antea Cement' is a company operating at full capacity. We know well that the demand for 'Antea Cement' products is greater than it can supply. Thus, it belongs to that small group of companies that knows at the beginning of the year that all its production is sold. For 'Antea Cement,' the market has no surprises, no improvisations, and presents no difficulties it cannot handle. From year to year, 'Antea Cement' has the situation under control, meaning its performance only improves.

The year 2023 is an exception to this rule,

Plant address: "Boka e Kuqe" Borizane,
Kruje, 40km north of Tirana, ALBANIA
Tel: +355 4450 2373
Mob: +355 68 8040 019/67 3055 355
E-mail: tsaka@anteacement.com

Plant address: "Boka e Kuqe" Borizane,
Kruje, 40km north of Tirana, ALBANIA
Tel: +355 4450 2373
Mob: +355 68 8040 019/67 3055 355
E-mail: tsaka@anteacement.com



Viti 2023 përbën përjashtim nga ky rregull, pasi aktiviteti i kompanisë ishte thuajse në të njëjtin nivel me vitin paraardhës. Të ardhurat e kompanisë arritën në 12 miliardë lekë. Edhe në vitin paraardhës aktiviteti i kompanisë ishte po kaq.

Por kompania pati një përmirësim të ndjeshëm në treguesin më të rëndësishëm të saj, atë të fitimit. Gjatë vitit 2023, Antea Cement siguroi një fitim para tatimit prej 3.4 miliardë lekësh, që është rreth 1.6 miliardë lekë më shumë sesa në vitin paraprak. Rritja e këtij treguesi erdhi prej uljes së kostove financiare, por kompania bën pjesë në grupin e fatlumëve, të cilëve u ka trokitë fati tek dera. Kjo pasi, si kompani që është kredituar në euro, zhvlerësimi i monedhës europiane, përballë lekut shqiptar, ka bërë që 'Antea Cement' të sigurojë disa para më shumë edhe nga ky komponent. Jo vetëm kaq, por për mirë ka ndikuar tek kompania edhe ndryshimi i raportit mes tregut të brendshëm dhe atij të eksportit. Si rrjedhojë e projekteve të qeverisë në kuadër të rindërtimit nga tërmeti, por edhe bumit të ndërtimeve publike e private në Shqipëri, 'Antea Cement' ka destinuar më

as the company's activity was almost at the same level as the previous year. The company's revenue reached 12 billion ALL. Even in the previous year, the company's activity was at the same level.

However, the company saw a significant improvement in its most important indicator, profitability. In 2023, Antea Cement secured a pre-tax profit of 3.4 billion ALL, which is about 1.6 billion ALL more than the previous year. This increase came from lower financial costs, but the company also benefited from favorable circumstances, such as the depreciation of the Euro against the Albanian Lek, which allowed 'Antea Cement' to secure additional funds from this component. Moreover, the change in the





shumë produkt për tregun vendas dhe më pak për eksport sesa zakonisht. Kështu, produkti i eksportit përbënte 26 për qind të totalit.

Shpenzimet për përfitimet e punonjësve janë rritur, kurse pagesat në favor të institucioneve publike thuajse janë dyfishuar. Ato ishin 1.3 miliardë lekë, ndërkohë që në vitin paraprak ishin 796 milionë lekë.

Ndërkohë, kompania ka vazhduar me përgjegjësitë e veta sociale, duke iu gjendur pranë nevojave të komunitetit dhe të bashkive të ndryshme, e duke i ndihmuar me produkt sipas

ratio between the domestic market and exports positively impacted the company. As a result of government projects related to earthquake reconstruction and a boom in public and private construction in Albania, ‘Antea Cement’ allocated more product to the domestic market and less for export than usual. Consequently, export products accounted for 26 percent of the total.

Employee benefits expenses increased, while payments to public institutions nearly doubled. They were 1.3 billion ALL, compared to 796 million ALL the previous year.





mundësive të saj. Ka vazhduar gjithashtu të ruajë e të përforcojë edhe profilin si kompani shumë serioze, si kompani që respekton dhe mbron mjedisin, si kompani që kujdeset për të drejtat e punëmarrësit.

Kur ‘Antea Cement’ lindi shumë vite më parë, si rrjedhojë e një investimi kolosal, pritshmëritë ishin të larta për të. Në vitet në vijim të aktivitetit, ajo i realizoi plotësisht pritshmëritë, duke u shndërruar në njërin prej kompanive më serioze e me reputacion në Shqipëri.

Për drejtorin e përgjithshëm të saj, Mario Bracci, viti 2023 ishte një tjetër vit suksesi nën drejtimin e Antea Cement. Pronarët e kompanisë duket se kanë bërë goditjen e duhur me emërimin e zotit Bracci në krye të kompanisë, pasi që nga dita kur ai është vënë në krye, kompania ka regjistruar vetëm përmirësim performancash.

Meanwhile, the company has continued its social responsibilities, supporting the needs of the community and various municipalities by providing products within its means. It has also maintained and strengthened its profile as a very serious company, respecting and protecting the environment, and caring for workers’ rights.

When ‘Antea Cement’ was founded many years ago, as a result of a colossal investment, expectations were high. In the following years, it fully met these expectations, becoming one of the most serious and reputable companies in Albania. For its general director, Mario Bracci, 2023 was another successful year leading Antea Cement. The company’s owners seem to have made the right decision by appointing Mr. Bracci as the head of the company, as it has shown continuous performance improvements since his appointment.





“AGRO-BLEND” GROUP

Xhiro e biznesit 2023: 95 milion EURO
Ndryshimi në % 23/22: +18
Numri i punonjësve: 303
Vendndodhja: Tiranë

“AGRO-BLEND” GROUP

Turnover 2023: 95 milion EUR
Difference in % 23/22: +18
No. of employees: 303
Location: Tirana

“Agro-Blend” ka vite që është ngritur në nivelin e një grupi të mirëfilltë. Madje në mesin e atyre grupeve që kanë arritur në realitetin aktual që e gëzojnë më mënyrën më të natyrshme, si akumulim suksesesh vit pas viti, e që më pas kanë sjellë rritjen sasiore të vazhdueshme, efektivitetin sistematik, për të mbërritur në një grup që gjatë vitit 2023 iu afrua 100 milionë eurov në aktivitet. Ose për të qenë më të saktë, gjatë vitit 2023 grupi regjistroi një xhiro prej rreth 9.7 miliardë lekësh me një rritje 17-18 për qind krahasuar me vitin paraardhës. Pra, Agro-Blend nuk e ka shtuar dhe diversifikuar aktivitetin nëpërmjet blerjeve apo privatizimeve të pronave të ndryshme, por ia ka arritur ta bëjë këtë nëpërmjet investimeve të mirëfillta, të nisura fillimisht si ide biznesi, për të përfunduar në fabrika prodhimi.

“Agro-Blend” nisi veprimtarinë në vitin 1995, si një kompani e tregimit të inpueteve bujqësore dhe për shumë kohë ishte (dhe vazhdon të jetë) mbështetëse dhe faktor zhvillimi për fermerët dhe bujqësinë shqiptare. Pra lindi si një kompani, me një natyrë të tillë veprimtarie që e kthente atë në faktor real zhvillimi për një nga sektorët që ishte konsideruar dhe vazhdon të konsiderohet

“Agro-Blend” has risen to the level of a fully-fledged group over the years. It is among those groups that have achieved their current reality in the most natural way, accumulating successes year after year, which has led to continuous quantitative growth, systematic effectiveness, and becoming a group that in 2023 approached 100 million euros in activity. To be more precise, in 2023, the group registered a turnover of around 9.7 billion lek, with a growth of 17-18 percent compared to the previous year. “Agro-Blend” did not expand and diversify its activities through the acquisition or privatization of various properties, but achieved this through genuine investments, starting initially as business ideas and culminating in production factories.

“Agro-Blend” began its operations in 1995 as a company trading agricultural inputs and for a long time has been (and continues to be) a supporter and development factor for Albanian farmers and agriculture. It was born as a company with such a nature of activity that made it a real development factor for one of the sectors considered, and continues to be considered, one of the priorities of

Adresa: Vorë, Tiranë
 Tel +355 47/600180, +355 48/302 720
 Fax +355 47/600370, +355 48/30 2721
 Email: @agroblend.com

Address: Vora, Tirana
 Tel +355 47/600180, +355 48/302 720
 Fax +355 47/600370, +355 48/30 2721
 Email: @agroblend.com



si një nga prioritetet e ekonomisë kombëtare. Çdo vit, aktiviteti i “Agro-Blend” ishte në rritje të vazhdueshme, por në vitet e mëpasme, drejtuesit e saj gjykuan si kohë të përshtatshme për të hyrë edhe në industrinë e përpunimit të miellit. Si rezultat, ndëruan një fabrikë moderne me teknologjinë e fjalës së fundit, që arriti të bëhet shpejt faktor i rëndësishëm në industrinë shqiptare të prodhimit të miellit, duke ofruar në treg rreth 20 produkte. Por edhe me synime të qarta për të qenë një lider në rajon, pasi të gjitha mundësitë i ka. Investimi i fjalës së fundit të teknologjisë, lënda e parë e një cilësie të lartë, linja e prodhimit e parametrave europianë, laborator bashkëkohor si dhe stafi i specializuar janë garancitë e arritjes së këtij qëllimi.

Më pas, të inkurajuar nga ecuria e fabrikës së miellit Diamond, stafi gjykoi dhe vendosi se ishte koha për ndërtimin e një fabrike pastash. Dhe ajo u ngrit duke prodhuar një numër të madh produktesh cilësore të këtij lloji, duke e futur brandin Diamond në listën e produkteve të eksportura. Edhe pse ka vetëm pak vite jetë, fabrika e pastave Diamond është shndërruar që tani në

the national economy. Each year, “Agro-Blend”’s activity saw continuous growth, but in subsequent years, its leaders deemed it appropriate to enter the flour processing industry. As a result, they built a modern factory with state-of-the-art technology, which quickly became a significant player in the Albanian flour production industry, offering around 20 products to the market. Moreover, with clear ambitions to be a leader in the region, as it has all the capabilities. The latest technology investment, high-quality raw materials, production lines with European standards, a contemporary laboratory, and specialized staff are guarantees for achieving this goal.

Encouraged by the success of the Diamond flour factory, the staff decided it was time to build a pasta factory. This factory was established, producing a wide range of high-quality products of this type, placing the Diamond brand on the list of exported products. Although it has only been a few years in existence, the Diamond pasta factory has already become a success story, and over time, this success will only strengthen. To





histori suksesi, dhe me kalimin e viteve, ky sukses sa do të vijë e do të përforcohet. Për të ilustruar suksesin e fabrikës së pastave Diamond, shembulli më i mirë është rritja e sasive të produkteve të destinuara për eksport. Kur u ngrit kjo kompani, kapaciteti i saj u projektua dhe u konkretizua ashtu që të përmbushej jo vetëm kërkesa e tregut vendas, por edhe ajo e eksportit, sado e madhe që të ishte sasia e produktit të kërkuar. Me ecurinë e deritanishme, fabrika e pastave Diamond i ka përmbushur plotësisht pritshmëritë e drejtuesve të kompanisë, duke i verifikuar si të arsyeshme e të logjikshme, vendimin dhe hapat e ndërmarrë prej tyre për të ngritur një kompani të tillë.

Pjesë e aktivitetit të grupit janë edhe tregtimi i një sërë produktesh të tjera të shportës ushqimore, gjithmonë nën brandin Diamond, si: sheqer, oriz, salcë domatesh ton peshku, duke synuar që kjo gamë të shtohet më tej. Drejtuesit e “Agro-Blend”-it janë të vetëdijshëm që nëpërmjet futjes së produkteve të reja të konsumit të përditshëm në treg, nuk është se plotësojnë ndonjë mungesë fizike në treg. Ata e dinë se tregu nuk manifeston mungesa të tilla,

illustrate the success of the Diamond pasta factory, the best example is the increase in the quantities of products destined for export. When this company was established, its capacity was projected and realized to fulfill not only the domestic market demand but also the export demand, regardless of the amount of product requested. With its current progress, the Diamond pasta factory has fully met the expectations of the company’s leaders, verifying their decision and steps taken to establish such a company as reasonable and logical.

Part of the group’s activities is also the trading of a range of other food basket products, always under the Diamond brand, such as sugar, rice, tomato sauce, and canned fish, aiming to further expand this range. The leaders of “Agro-Blend” are aware that by introducing new daily consumption products to the market, they are not filling a physical gap in the market. They know that the market does not





përkundrazi produkte të konsumit të përditshëm ka me shumicë. Por që “Agro-Blend” të marrë pjesën që i takon në treg ka vetëm një rrugë, dhe kjo sipas drejtuesve të “Agro-Blend”-it është ofrimi në treg i produkteve tejet cilësore, që tregtohen nën garancinë dhe reputacionin e brandit Diamond dhe të cilat do të bëjnë të mundshëm krijimin e një marrëdhënieje besnike dhe afatgjatë me konsumatorin.

Se çfarë grupi biznesi cilësor është “Agro-Blend” e dëshmojnë edhe tregues të tjerë. E dëshmon efektiviteti i grupit. Më saktë, fitimi i realizuar prej saj, që është në fund të fundit edhe kurorëzimi i përpjekjeve përgjatë gjithë vitit. Grupi ka arritë të sigurojë një fitim prej rreth 500 milionë lekësh, që është diçka më i ulët sesa ai i një viti më parë, por që është gjithsesi në nivele të tilla që certifikon një vit të suksesshëm për Agro-Blend-in. Nga ana tjetër, prej veprimtarisë së Agro-Blend-it, institucionet publike kanë përfutur pagesa në kuotën e 10 milionë eurove, çka tregon ndërkohë që rëndësinë e një grupi të tillë për ekonominë kombëtare.

Por viti 2023 ka qenë ndërkohë një vit i mirë edhe për 383 punonjësit e Grupit. Sepse si rrjedhojë e politikave të drejtuesve të Grupit për motivimin e punonjësve të vet, edhe fondi i pagave për ta u rrit gjatë vitit 2023 me 28.2 për qind dhe fondi për sigurimet shoqërore me 31,3 për qind. Nuk ishte pra një rritje e kushtëzuar nga zhvillimet dhe problematikat e përgjithshme të biznesit shqiptar në këtë aspekt, por konkretizim i një filozofie të vazhdueshme të Grupit, që i konsideron punonjësit e vet si një aset të vërtetë.

exhibit such shortages; on the contrary, there is an abundance of daily consumption products. But for “Agro-Blend” to take its rightful share in the market, there is only one way, and according to the leaders of “Agro-Blend,” it is by offering highly quality products, traded under the guarantee and reputation of the Diamond brand, which will enable the creation of a loyal and long-term relationship with the consumer.

Other indicators also testify to what a quality business group “Agro-Blend” is. The group’s effectiveness is demonstrated by the profit it has achieved, which ultimately crowns the efforts throughout the year. The group managed to secure a profit of around 500 million lek, which is slightly lower than the previous year but is still at levels that certify a successful year for Agro-Blend. On the other hand, from Agro-Blend’s activities, public institutions have benefited from payments amounting to 10 million euros, highlighting the importance of such a group to the national economy.

Moreover, 2023 was also a good year for the 383 employees of the Group. As a result of the leaders’ policies to motivate their employees, the salary fund for them increased by 28.2 percent in 2023, and the social security fund by 31.3 percent. This increase was not conditioned by the general developments and problems of Albanian business in this aspect, but a concrete realization of the Group’s continuous philosophy, which considers its employees as a true asset.





RIGELA GEGPRIFTI

CEO e Devolli Hydropower

Emri i kompanisë: Devolli Hydropower
Xhiro e biznesit 2023: 80 milionë euro
Numri i punonjësve: 420
Vendndodhja: Tiranë

RIGELA GEGPRIFTI

CEO of Devolli Hydropower

Company name: Devolli Hydropower
Turnover 2023: 80 million EUR
No. of employees: 420
Location: Tirana

Statkraft është prodhuesi më i madh i energjisë së rinovueshme në Evropë si edhe ka një prani në rritje në tregje të tjera ndërkombëtare. Avantazhet konkurruese kyç të Statkraft dalin nga kuptimi i tregut nga kompania, kompetenca e saj industriale në zhvillimin e asetëve që prodhojnë energji dhe në aftësinë për të përdorur këto pika të forta në zinxhirin e vlerës. Devoll Hydropower Sh.A. (DHP) është një shoqëri e regjistruar në Shqipëri, pjesë e grupit norvegjez Statkraft.

Aktiviteti kryesor i Statkraft në Shqipëri është prodhimi i energjisë së rinovueshme nga hidrocentralet e Banjës dhe Moglicës, pjesë të kaskadës së Devollit, dhe optimizimin e mëtejshëm të tyre. Një komponent i rëndësishëm i veprimtarisë në Shqipëri është tregtimi i energjisë së prodhuar nga HEC-et e Banjës dhe Moglicës dhe gjithashtu duke vepruar si operator tregu për tregtimin e energjisë në Shqipëri.

DHP ka angazhime të forta ndaj qëndrueshmërisë dhe punon vazhdimisht për të përmirësuar performancën e qëndrueshmërisë në përputhje me ligjet e reja dhe pritshmëritë rritur

Statkraft is the largest generator of renewable energy in Europe and has a growing presence in other international markets. Statkraft's key competitive advantages emerge from the company's understanding of the market, its industrial competence in development and ownership of power generating assets and the ability to use these strengths across the value chain. Devoll Hydropower Sh.A. (DHP) is a legal entity, part of the Norwegian Statkraft Group.

The current main activity of Statkraft in Albania is the generation of renewable energy from Banja and Moglice hydropower plants, part of the Devoll cascade, and their further optimization. An important component of the operations in Albania is the trading of the electricity generated through the Banja and Moglice HPPs and also acting as a market operator for energy trading in Albania.

DHP has a strong commitment to sustainability and continuously works to improve the sustainability performance to adhere to new laws and increasing stakeholder expectations. DHP has zero tolerance for corruption and



të palëve të interesuara. DHP ka një tolerancë zero ndaj korrupsionit dhe praktikave jo-etike në të gjitha aktivitetet, dhe ky fokus shtrihet në të gjitha proceset e punës të kryer nga kompania. Kujdesi për njerëzit është në bërthamën e kulturës së shoqërisë. Çdokush duhet të kthehet i sigurt në banesë. Gjatë vitit 2023 nuk është regjistruar asnjë dëmtim serioz nga aktivitetet tona në Shqipëri. Gjithashtu, përforcimi i kulturës së sigurisë dhe performancës së saj brenda DHP si edhe tek kontraktorët vazhdon të mbetet prioritet i lartë i shoqërisë.

Hidrocentralet e DHP-së varen nga kushtet hidrologjike në luginën e Devollit për prodhimin e energjisë. Hidrologjia në ujëmbledhësin e lumit Devoll ka qenë shumë sfiduese gjatë vitit 2023, me reduktim të konsiderueshëm të prurjeve ujore në rezervuare tona, krahasuar me historikun e prurjeve. Prodhimi total i energjisë gjatë vitit 2023 ishte 480 547 MWh, një reduktim rreth 30% krahasuar me

unethical practices in all activities, and such focus continues throughout all the business processes performed by the company. Caring for people is at the core of the company culture. Everyone should return home safely from work. In 2023 no serious injuries were recorded in our activities in Albania. Further, also strengthening the safety culture and the safety performance – within DHP and among subcontractors – continues to be top priority of the company.

DHP's hydropower plants are dependent on the hydrological conditions in the Devoll valley for the electricity generation. Hydrology in the Devoll river catchment has been very challenging throughout 2023, with a notable reduction of water inflow in our reservoirs compared to the historical recorded inflows. The total electricity production in 2023 was 480 547 MWh, a reduction of approx. 30% compared to 2021 due



vitin 2021 për shkak të hidrologjisë të pafavorshme. Kjo rezultoi në një ulje të konsiderueshme të volumeve të energjisë së prodhuar. Megjithatë, menaxhimi aktiv i energjisë dhe çmimet e rritura të energjisë elektrike kanë rezultuar në një ecuri të mire financiare të aseteve tona.

Të ardhurat e DHP gjenerohen nga shitjet spot dhe aktivitetet e tregut. Baza themelore për të ardhurat e DHP përbehet nga çmimet e energjisë, optimizimi i energjisë dhe prodhimi. Të ardhurat nga prodhimi optimizohen përmes tregtisë financiare të energjisë dhe DHP angazhohet në aktivitete tregimi të lidhura me energjinë. Të ardhurat neto nga shfrytëzimi janë një kombinim ndërmjet shitjeve në vend dhe eksportit. Në vitin 2023, të ardhurat bruto të DHP-së u ulën për shkak të uljes së çmimit të energjisë krahasuar me vitin 2022, dhe volumit të reduktuar të energjisë së prodhuar, krahasuar me prodhimin e pritshëm, për

to unfavourable hydrology. This has resulted in a considerable reduction of the generated volumes of electricity. Notwithstanding, active energy management and the high electricity prices has resulted in strong financial performance of our assets.

DHP revenues are generated through spot sales and market activities. The fundamental basis for DHP revenues comprises of power prices, energy optimization and generation. The generation revenues are optimized through financial power trading and DHP engages in energy related trading activities. Net operating revenue is a combination between domestic sales and export. In 2023, DHP gross revenue decreased due to reduced energy prices, compared to 2022 and the reduced volume of electricity generation, compared to the expected production, due to unfavourable hydrology.



shkak të hidrologjisë së pafavorshme

Megjithatë, vlen të theksohet se Statkraft ka një themel të fortë financiar dhe ka dëshmuar aftësinë për të sjellë të ardhura të qëndrueshme në tregje që ndryshojnë. DHP si pjesë e grupit Statkraft do të ketë një fokus të lartë në optimizimin e kostove, iniciativat për krijimin e vlerave si dhe optimizimin e mëtejshëm të aktiviteteve në vend, me rritjen e kompanisë.

Vizioni i Statkraft është të rinovojmë energjinë që fuqizon botën. Kompania ka besuar gjithmonë në një energji më të mirë. Energji që rinovon veten dhe botën. Energji që krijon një të ardhme të qëndrueshme për njerëzit, komunitetet, industrinë dhe mjedisin tonë. Statkraft është pioniere e energjisë së pastër dhe të rinovueshme prej mëse një shekulli, dhe kjo është energjia që botës tonë i duhet më shumë se asnjëherë me parë. Nga ekspertiza që ka, Statkraft e ka parë vlerën që sjell dhe të mirën që mund të arrijë.

DHP ka integruar vlerat e Statkraft-it, të cilat udhëheqin si veprimet e Statkraft ashtu edhe të punonjësve të kompanisë. Këto vlera i aplikohen të gjithë punonjësve dhe atyre që përfaqësojnë Statkraft-in.

Nevertheless, it needs to be emphasised that Statkraft has a strong financial foundation and has demonstrated the ability to make solid returns in changing markets. DHP as part of Statkraft group will have a high focus on cost optimisation, value creation initiatives, as well as further optimisation of the activities in the country, as the company continues to grow.

Statkraft's vision is to renew the way how the world is powered. The company has always believed in a better kind of power. Power that renews itself, and in turn, renews the world. Power that creates a positive and sustainable future for people, communities, industries, and our environment. It is the clean, renewable energy Statkraft have been pioneering for over a century, and the energy the world needs more than ever before. Through its expertise Statkraft has seen the value this energy delivers and the good it can do.

DHP has integrated Statkraft's values, which govern company's actions and provide guidance for the employees. These values apply to all employees and others who represent Statkraft.



KOMPANIA CFO PHARMA

Khiro e biznesit 2023: 72 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +6.5
Numri i punonjësve: 400
Vendndodhja: Tiranë

CFO PHARMA COMPANY

Turnover 2023: 72 million EUR
Difference in % 23/22: +6.5
No. of employees: 400
Location: Tirana



CFO PHARMA

Corporate Pharmaceutical Omega Pharma

Years of Experience **25**



Healthcare
Pharmaceutical
Hospital
Dental
Wellness & Aesthetics

Activities in Albania & Kosovo

Our main focus is bringing to the market health care solution in accordance with all regulations and standards



CFO Figures

For us, it's not just a matter of numbers, it's long term vision



4.6M
Population of Albania & Kosovo



11,500
Doctors List



3,100
Pharmacies List



650
Hospitals & Clinics



5,700
Distributed products



790
Promoted products



112
Partners



710
Employees

Sales Force



CFO has the biggest and most well-prepared sales force in the country



Training and Marketing



Our marketing team plays an accurate role in promoting and positioning our brands and service in the market



Therapeutic Area

Working in all therapeutics areas allows our professionals to contribute directly by improving people's health

- 
Antibiotics
- 
Antiviral
- 
Orthopedy
- 
Rheumatology
- 
Cardiology
- 
Endocrinology
- 
Neurology
- 
Dermatology & Dermocosmetics
- 
G.I.T.
- 
Gynecology
- 
Urology
- 
Nefrology
- 
Pneumology
- 
Neonatology & Pediatrics
- 
Ophthalmology
- 
GPs
- 
ENT
- 
OTC
- 
Dental materials and equipment
- 
Advanced Aesthetic & Plastic Surgery

Events



CFO marketing events have a significant impact in our business development and in our goal achievement



Logistics



The largest and most standardized warehouse in the country 21000 m2



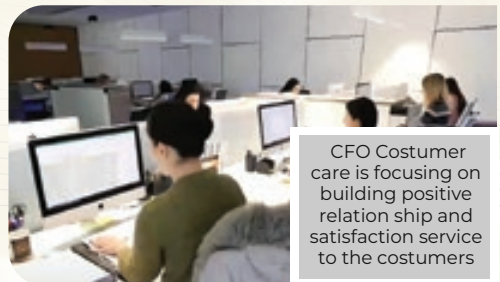
Our warehouse parametres such as temperature and humidity are controlled frequently by the most advanced monitoring system.

KNAP Technology is our advanced robotic delivery system, autonomus for Pick-it Easy Robot for store delivery

Distribution



CFO succesful distribution is a key component of our bussines strategy



CFO Costumer care is focusing on building positive relation ship and satisfaction service to the costumers

Quality Certifications

ICDQ
ICDQ BS PAS 99 : 2012
 Trade , Storage of
 Pharmaceutical Products

ICDQ
ICDQ UNI 10854 : 1999
 Storage and distribution of
 alimentary products

**Certification of Excellence
 by Solvent Rating**
 Excellence Award in Business 2017

**Certification of Excellence
 by Solvent Rating**
 Excellence Award in Business 2018

**Certification of
 Excellence CCIT**
 Excellence Award in Business 2021

**Certification of
 Excellence CCIT**
 Best Entrepreneur 2022

ISO TUV 45001 : 2018
 Trade , Storage of
 Pharmaceutical Products



DIONIS LIKOMETA

Administrator i kompanive “R.B.H Beline” dhe “Izvor 99”

Xhiro e biznesit 2023: 65 milion EURO
Ndryshimi në % 23/22: +35
Numri i punonjësve: 60
Vendndodhja: Tiranë, Elbasan

DIONIS LIKOMETA

Administrator of the companies “R.B.H Beline” & “Izvor 99”

Turnover 2023: 65 million EUR
Difference in % 23/22: +35
No. of employees: 60
Location: Tirana, Elbasan

Pasi kanë bërë për mbi 30 vite histori, shumë nga biznesmenët shqiptarë po përjetojnë tashmë ankthin e trashëgimisë së kompanive të veta. Jo në kuptimin pasuror, sepse ai është i zgjidhur dhe i përcaktuar ligjrisht. Por në aspektin menaxherial. Pra, si të bëjnë të mundshëm trashëgimin e menaxhimit të kompanive në duar të sigurta e në mendje racionale dhe kreative, me qëllim që kompanitë e tyre, të mirënjohura në treg, të vazhdojnë të jenë të tilla, të vazhdojnë të përçojnë vlerat që ua kanë dhënë krijuesit e tyre. Nëse do të donim të gjenim një shembull kuptimplotë të një praktike të tillë efektive, e ajo gjendet në rastin e dy kompanive: “R.B.H Beline” dhe “Izvor 99”. Krijuesi i tyre, biznesmeni i mirënjohur, Rebani Likometa, ishte shumë i lidhur me to. Si një biznesmen punëtor i palodhshëm, ai i përballonte vetë thujtë të gjitha punët, duke pasur të përqendruar në dorë thujtë të gjitha raportet dhe lidhjet me klientët dhe partnerët. Mirëpo, me kalimin e kohës, filloi të bënte procesin e transferimit të menaxhimit të kompanisë “Izvor 99” (që është edhe kompania e shitjes me pakicë të bitumit) tek djali i tij, Dionisi.

After making history for over 30 years, many Albanian businessmen are now experiencing the anxiety of passing on their companies to the next generation. Not in terms of wealth, as that is legally resolved and defined. But in terms of management. The challenge lies in ensuring the safe and rational transition of company management into capable hands and creative minds so that their well-known market companies continue to thrive and convey the values instilled by their founders. If we were to find a meaningful example of such an efficient practice, it would be in the case of two companies: “R.B.H Beline” and “Izvor 99.” Their creator, the well-known businessman Rebani Likometa, was deeply connected to them. As a tireless working businessman, he personally managed almost all the work, maintaining control over nearly all relations with clients and partners. However, over time, he began the process of transferring the management of the company “Izvor 99” (which is also the retail company for bitumen) to his son, Dionis. Unfortunately, subsequent events proved that life is unpredictable, but the management of these two

Adresa: Lagjja Ballëdren, Elbasan
 E-mail: @bitex.al
 Tel: 0682032711

Address: Lagjja Ballëdren, Elbasan
 E-mail: @bitex.al
 Tel: 0682032711



Ngjarjet e mëvonshme fatkeqësisht provuan se jetës nuk i dihet, mirëpo menaxhimi i dy kompanive të mirënjohura kishte tashmë një drejtues të ri. Dhe ajo që është dëshmuar më e mirë, qoftë e veprimit profetik dhe racional të Rebaniut, por edhe e zotësisë menaxheriale të Dionisit, është mënyra se si performojnë kompanitë “R.B.H Belinë” dhe “Izvor 99”.

Çdo vit regjistrojnë performanca të mira, por ajo që kanë regjistruar gjatë vitit 2023 është më shumë se e mirë. Sepse “R.B.H Belinë” shënoi një aktivitet në nivelin e 4.5 miliardë lekëve, ndërkohë që një vit më parë aktiviteti i saj ishte pak më poshtë sesa 3.5 miliardë lekë. Pra, pati një rritje aktiviteti mbi 28 për qind. Për më tepër njohu edhe “Izvor 99”, teksa nga 2 miliardë lekë që e kishte aktivitetin në 2022, kërceu në 2.1 miliardë një vit më pas. Por ajo që është më e rëndësishmja dhe që tregon edhe më cilësisht veprimtarinë e këtyre dy kompanive përgjatë vitit 2023, është ecuria e treguesit të përfitueshmërisë, i cili pothuaj u dyfishua në secilën prej tyre. Kjo tregon se qoftë “R.B.H Belinë” e qoftë “Izvor 99”, jo vetëm që nuk kanë lëshuar asnjë centimetër, si rrjedhojë e konkurrencës, por vazhdojnë forcimin, duke qenë aktorët kryesorë në treg. Dhe kjo vjen pikësisht se Dionis Likometa ua ka ruajtur kompanive të veta reputacionin. Atë reputacion që iu dha Rebani Likometa, si kompani korrekte, si kompani që jetonin edhe me hallin dhe problemet e klientëve, si kompani që i gjendeshin në çdo kohë

well-known companies already had a new leader. And what best attests to both Rebani’s prophetic and rational action, as well as Dionis’s managerial skills, is the performance of the companies “R.B.H Belinë” and “Izvor 99.”

Each year they record good performances, but what they registered during 2023 is more than just good. “R.B.H Belinë” reported activity at the level of 4.5 billion ALL, while the year before, its activity was slightly below 3.5 billion ALL. So, there was an activity increase of over 28 percent. “Izvor 99” also saw improvement, with activity rising from 2 billion ALL in 2022 to 2.1 billion ALL the following year. But what is most important, and which more qualitatively highlights the performance of these two companies during 2023, is the profitability indicator, which almost doubled for each of them. This shows that both “R.B.H Belinë” and “Izvor 99” have not lost any ground due to competition but continue to strengthen, remaining key players in the market. This success is primarily because Dionis Likometa has preserved the reputation of his companies. The reputation that Rebani Likometa built as companies that are correct, that care about the problems and concerns of their clients, and that are always there to supply the product whenever the client needs it.

There has been, and likely never will be, a case where a client receives a negative response for the product they seek. This was true even when “Izvor 99” was the only company, and a significant

klientit duke e furnizuar me produktin kurdoherë që ata kishin nevojë.

Nuk ka pasur dhe nuk do të ketë as në të ardhmen, besoj, ndonjë rast kur klienti të marrë ndonjëherë përgjigje negative për produktin që kërkon. Kjo nuk ka ndodhur as atëherë kur egzistonte vetëm “Izvor 99” dhe kur një pjesë e madhe e produktit sigurohej nëpërmjet importit. Kurse që nga çasti kur funksionon rafineria, e cila prodhon bitum për tregun vendas dhe për eksport, kjo është thjesht e paimagjinueshme.

Nga çka thamë më lart, pra nga referimi i treguesve kryesorë të performancës së kompanive “R.B.H Belinë” dhe “Izvor 99” mund të krijohet perceptimi se ka qenë një garë e fituar lehtë nga këto dy kompani. E vërteta është se sikundër në çdo sektor tjetër, edhe në atë të prodhimit të bitumit nga nafta e papërpunuar dhe të tregtimit të tij veprojnë dhe konkurrojnë një sërë kompanish. Por lidhja dhe ndërveprimi i fortë që kanë me njëra-tjetrën të dyja kompanitë, ku njëra prodhon produktin e tjetra e tregon, e ka bërë kaq efektive veprimtarinë dhe dominimin e tyre në konkurrencë. Sepse R.B.H Belinë nuk ka lindur si një iniciativë biznesi pa llogaritje, por është bërë e nevojshme, për të eliminuar të gjitha problematikat që haste “Izvor 99” përgjatë veprimtarisë së saj, kur ishte e vetme, për të eliminuar kontradiktat midis kërkesës për produkt dhe rendjes në tregjet rajonale për të gjetur produkt. Zhvillimet e mëpasme kur rafineria u bë realitet, thjesht vërtetuan gjenialitetin e investimit.



portion of the product was secured through imports. But since the moment the refinery, which produces bitumen for the domestic market and export, became operational, this has been simply unimaginable.

From what we have mentioned above, referring to the key performance indicators of the companies “R.B.H Beline” and “Izvor 99,” one might perceive that it has been an easily won race for these two companies. The truth is that, like in every other sector, in the production of bitumen from crude oil and its trading, many companies operate and compete. But the strong connection and interaction between the two companies, where



“Izvor 99” është kompania kryesore e tregtimit të bitumit, është partneri kryesor i shumë e shumë kompanive që punojnë në infrastrukturë, është furnitorja kryesore e kompanive të ndërtimit të rrugëve me këtë produkt të rëndësishëm. E ka fituar statusin e liderit të sektorit shumë e shumë vite më parë dhe duket se nuk ka ndërmend ta lëshojë atë as në të ardhmen. Sepse “Izvor 99” nuk ka qenë thjesht një kompani që ka tregtuar bitum kundrejt kompanive që e kanë të nevojshme këtë produkt në veprimtarinë e tyre. Pra nuk ka qenë një kompani me sjellje të prerë në treg të tipit: paguaj paratë e merr mallin, por në jo pak raste edhe i ka kredituar kompanitë e ndryshme nëpërmjet likuidimeve të mëvonshme.

Kjo mënyrë pune dhe sjelljeje karshi partnerëve i ka bërë të forta marrëdhëniet e saj me ta. Ndaj dhe “Izvor 99”, së bashku me “R.B.H Belinë” kanë qenë, janë dhe duket se do të jenë edhe në të ardhmen liderë të tregut të bitumit në Shqipëri. Dhe kjo pavarësisht se edhe “R.B.H Belinë” has në problematika të biznesit të vet, që kanë të bëjnë me sigurimin e lëndës së parë që është nafta e papërpunuar. Por janë vështirësi që sikurse janë kaluar deri më tani, ashtu do të kalohen edhe në të ardhmen.



one produces the product and the other trades it, have made their activity so efficient and dominant in the competition. Because “R.B.H Belinë” was not born as a business initiative without calculation, but it became necessary to eliminate all the problems that “Izvor 99” encountered during its operations when it was alone, to eliminate the contradictions between the demand for the product and the race in regional markets to find the product. Subsequent developments when the refinery became a reality simply confirmed the genius of the investment.

“Izvor 99” is the leading company in bitumen trading, the main partner of many companies working in infrastructure, and the primary supplier of road construction companies with this important product. It earned the status of sector leader many years ago and seems determined not to relinquish it in the future. Because “Izvor 99” has not just been a company that has traded bitumen with companies that need this product in their activities. It has not been a company with a cutthroat market approach of “pay the money and take the goods,” but in many cases, it has even credited various companies through later payments.

This way of working and behaving towards partners has strengthened its relationships with them. Therefore, “Izvor 99,” together with “R.B.H Belinë,” have been, are, and it seems will continue to be, the market leaders in bitumen in Albania. And this is despite the fact that even “R.B.H Belinë” faces challenges in its business, which relate to securing raw material, namely crude oil. But these are difficulties that, as they have been overcome so far, will be overcome in the future as well.

YONGBAE KIM

Administrator i "YURA Corporation Albania" sh.p.k

Xhiro e biznesit 2023: 57 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +25
Numri i punonjësve: 1898
Vendndodhja: Fier

YONGBAE KIM

Administrator of "YURA Corporation Albania" sh.p.k

Turnover 2023: 57 million EUR
Difference in % 23/22: +25
No. of employees: 1898
Location: Fier

Sikur të bëhej një renditje e investimeve të huaja të negociuara nga Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve, "Yura Corporation Albania" do të ishte padyshim njëra ndër krenaritë e saj. Përkundër ndoshta edhe pritshmërive të vetë investitorëve të huaj, kompania koreane, e cila ka filluar aktivitetin në mënyrë të plotë në Shqipëri në vitin 2019, është shembull i një suksesi të shpejtë. Pasqyrë e mirë që tregon se kur llogaritë bëhen të sakta, edhe frytet nuk mungojnë. Nga ana tjetër është edhe dëshmi e faktit se Shqipëria është ambient i mirë për të bërë biznes, sidomos nga kompani të huaja të kësaj natyre.

Në vitin 2018, Yura Corporation aplikoi pranë Agjencisë së Zhvillimit të Investimeve të Huaja dhe Komitetit të Investimeve Strategjike për statusin e investitorit strategjik. Sapo e siguroi këtë status, nuk ngurroi, por filloi nga puna, duke ngritë në Fier fabrikën për prodhimin e kabllave elektrike për automjete. Deri tani çdo gjë ka shkuar sipas parashikimeve, e ndoshta edhe pak më mirë se kaq.

Në vitin e parë kompania e nisi me një numër punonjësish prej afro 650 vetësh, kurse tashmë numri i tyre ka arritur në 1900 vetë. Ky numër të punësuarish është arritë duke zbatuar pikë për

If a ranking were made of foreign investments negotiated by the Albanian Investment Development Agency, "Yura Corporation Albania" would undoubtedly be one of its prides. Perhaps even contrary to the expectations of the foreign investors themselves, the Korean company, which began its full operations in Albania in 2019, is an example of swift success. It is a good reflection that shows when calculations are done correctly, the results do not fail. On the other hand, it is also a testimony to the fact that Albania is a good environment for doing business, especially for foreign companies of this nature.

In 2018, Yura Corporation applied to the Foreign Investment Development Agency and the Strategic Investment Committee for strategic investor status. Once it secured this status, it did not hesitate but immediately began work, establishing in Fier the factory for producing electric cables for vehicles. So far, everything has gone according to forecasts, and perhaps even a little better than that.

In its first year, the company started with approximately 650 employees, and now their



pikë planin e kompanisë që kur drejtuesit e saj shpallën objektivat dhe strategjitë. Në këtë mënyrë, “Yura Corporation Albania” është kthyer në një kompani e madhe dhe me shumë peshë për qytetin e Fierit, duke zbutur pasojat sociale të krijuara nga mbyllja e kompanive publike, por edhe duke krijuar një mjedis të këndshëm dhe stimulus për punonjësit e saj, në mënyrë që ata të kontribuojnë në performancat e kompanisë.

“Yura Corporation Albania” përfaqëson një ambient cilësor pune, ku nga ana e drejtuesve të kompanisë janë marrë të gjitha masat për sigurinë e punonjësve në punë dhe shëndetin e tyre. Mjafton të kujtojmë se paga mesatare në kompani është rreth 70 mijë lekë në muaj për të ilustruar faktin se sa rëndësi ka Yura për qytetin e Fierit. Por edhe në rang vendi, Yura renditet tek kompanitë punësuese dhe eksportuese më të mëdha, duke u shndërruar kështu brenda një kohe të shkurtër në një nga protagonistët e biznesit shqiptar.

Në Shqipëri ka edhe disa kompani të tjera të kësaj natyre, por realiteti që ka përjetuar e krijuar

number has reached 1,900. This number of employees has been achieved by implementing the company’s plan to the letter since its leaders announced their objectives and strategies. In this way, “Yura Corporation Albania” has become a large and significant company for the city of Fier, alleviating the social consequences created by the closure of public companies, and also creating a pleasant and stimulating environment for its employees, so they can contribute to the company’s performance.

“Yura Corporation Albania” represents a quality work environment, where company leaders have taken all measures for employee safety and health. It is enough to remember that the average salary in the company is around 70,000 lek per month to illustrate the importance of Yura for the city of Fier. But also nationwide, Yura ranks among the largest employers and exporters, thus becoming one of the protagonists of Albanian business within a short time.

There are also several other companies of





“Yura” është më i avancuar sesa i tyri. Sikurse thamë edhe më lart, “Yura Corporation Albania” ka gjithsej vetëm 5 vjet të plotë pune, nga të cilat, dy ishin nën pushtetin e pandemisë së Covid19. Mirëpo, pavarësisht kësaj, performanca që ka manifestuar kompania në një kohë të shkurtër ka qenë e mrekullueshme. Gjatë vitit 2022 Yura Corporation regjistroi një aktivitet në kufijtë e 5.4 miliardë lekëve. Kurse në vitin 2023 aktiviteti i kompanisë u rrit në 5.8 miliardë lekë.

Edhe pse pati rritje të volumit të aktivitetit të kompanisë, nuk mund të thuhet se viti 2023 ishte shumë i mirë nga ana financiare për kompaninë Yura, pasi, ndryshe nga dy vitet paraardhëse, kompania rezultoi me humbje. Kjo humbje ishte rreth 218 milionë lekë, ndërkohë që një vit më parë kompania siguroi një fitim prej afro 500 milionë lekësh. Ajo që mund të ketë ndikuar në këtë realitet të përjetuar prej kompanisë, pra në humbjen financiare të saj, mund të lidhet me rritjen e shpenzimeve për lëndët e para. Kjo humbje me siguri përbën vetëm një konjunkturë

this nature in Albania, but the reality that “Yura” has experienced and created is more advanced than theirs. As we mentioned earlier, “Yura Corporation Albania” has only five full years of work, two of which were under the control of the Covid-19 pandemic. However, despite this, the company’s performance in a short time has been remarkable. During 2022, Yura Corporation registered an activity amounting to 5.4 billion lek. In 2023, the company’s activity increased to 5.8 billion lek.

Although there was an increase in the volume of the company’s activity, it cannot be said that 2023 was very good financially for Yura, as, unlike the previous two years, the company resulted in a loss. This loss was about 218 million lek, while the previous year the company secured a profit of approximately 500 million lek. What may have influenced this reality experienced by the company, thus its financial loss, could be related to the increased expenses for raw materials. This loss surely constitutes only a bad conjuncture for





të keqe për kompaninë, drejtuesit dhe pronarët e saj, pasi nga ana tjetër, kompania ka ruajtur tërësisht fizionominë dhe përmasat e një kompanie të rëndësishme lokale dhe kombëtare. Numri i punonjësve është rritur edhe me rreth 200 vetë, shpenzimet për pagat e punonjësve dhe sigurimet shoqërore po ashtu.

Kompania koreane e prodhimit të pjesëve automotivë “Yura Corporation” erdhi në Shqipëri pas investimeve në 60 fabrika në 12 shtete. Ajo vendosi të futet në ambientin shqiptar të biznesit, duke shfrytëzuar politikën e qeverisë shqiptare për të dhënë sipërfaqe me 1 euro dhe pas negociatash të shumta me të.

Funksionimi i kompanisë “Yura Corporation Albania” me kapacitetin maksimal të saj, pra arritja e dy objektivave kryesorë të saj, eksporti prej 100 milionë euro dhe punësimi i mbi 2000 vetëve na lejon të përfytyrojmë se si mund të jetë Shqipëria, nëse shembullin e saj e ndjekin edhe kompani të tjera të kësaj natyre. Realizimi i objektivave, suksesi i veprimtarisë së saj do të jetë ftesa më e mirë për investitorë të tjerë, çka do të lehtësojë edhe më shumë punën e qeverisë në drejtim të sigurimit të këtyre llojeve të investimeve. Më mirë sesa fjalët, do të flasë veprimtaria e suksesshme e saj. Më shumë sesa fjalët do ta ketë rolin ftues lapsi i llogarive.

the company, its leaders, and its owners, as on the other hand, the company has entirely maintained its physiognomy and dimensions as an important local and national company. The number of employees has increased by about 200 people, and expenses for employee salaries and social insurance as well.

The Korean automotive parts manufacturing company “Yura Corporation” came to Albania after investments in 60 factories in 12 countries. It decided to enter the Albanian business environment, exploiting the Albanian government’s policy of providing land for 1 euro and after numerous negotiations with it.

The functioning of “Yura Corporation Albania” at its maximum capacity, thus achieving its two main objectives, exporting 100 million euros and employing over 2,000 people, allows us to envision what Albania could be like if other companies of this nature followed its example. The realization of objectives and the success of its activities will be the best invitation for other investors, which will further ease the government’s work in securing these types of investments. More than words, its successful activity will speak. More than words, the role of inviting will be played by the pencil of calculations.



80

134



MARK GJINAJ

President i "RAFAELO GROUP 2002"

Emri i kompanisë: "Rafaelo Group"
Xhiro e biznesit 2023: 54 milionë euro
Numri i punonjësve: 700
Vendndodhja: Tiranë

MARK GJINAJ

President of "RAFAELO GROUP 2002"

Company Name: "Rafaelo Group"
Turnover 2023: 54 million EUR
No. of employees: 700
Location: Tirana

Rafaelo Resort ka arritur një sukses të dukshëm financiar falë një menaxhimi të kujdesshëm të të ardhurave dhe shpenzimeve. Kjo tregon një rritje të qëndrueshme dhe një përdorim efikas të burimeve, duke siguruar rezultate të shkëlqyera financiare për vitin 2023. Gjatë këtij viti, Rafaelo Resort ka mirëpritur 41,913 klientë, duke dëshmuar aftësinë për të ofruar shërbime të cilësisë së lartë dhe për të akomoduar një numër të madh e të larmishëm vizitorësh.

Gjatë vitit 2023, resorti ka forcuar pozitën e vet në treg, përmes bashkëpunimeve strategjike me disa nga agjencitë më të njohura të udhëtimit. Një ndër këto partneritete të rëndësishme është kontrata e nënshkruar me Rainbow, që përfaqëson një hap strategjik për të tërhequr një numër më të madh klientësh polakë në Rafaelo Resort. Këto përpjekje kanë ndihmuar në rritjen e ndjeshmërisë së markës dhe zgjerimin e bazës së klientëve.

Që nga viti 2021, Rafaelo Resort është bërë pjesë e brandit ndërkombëtar MARITIME HOTEL, duke përfutur nga standardet dhe përvoja e një rrjeti prestigjioz global. Kjo ka kontribuar në ngritjen e cilësisë së shërbimeve dhe zgjerimin

Rafaelo Resort has achieved significant financial success in 2023, due to careful management of revenues and expenses. This is evident in the steady increase in revenue and efficient use of resources, leading to excellent financial results. During this year, Rafaelo Resort hosted 41,913 guests, highlighting its ability to provide high-quality services and accommodate a large and diverse number of visitors.

In 2023, the resort strengthened its market position through strategic collaborations with renowned travel agencies. A key partnership was formed with Rainbow, focusing on attracting more Polish clients to Rafaelo Resort. These efforts have increased brand awareness and expanded the customer base.

Since 2021, Rafaelo Resort has been part of the international MARITIME HOTEL brand, which has benefited from the standards and experience of this prestigious global network. This has contributed to the improvement of service quality and the continued expansion of the resort. The resort also offers a wide range of services to meet the needs of its visitors, including:

Adresa: Rruga "29 Nëntori", Pranë kthesës së Kamzës, Tiranë, Albania
 Tel: +355 67 20 60 974
 Email: rafaeloltd@yahoo.com

Address: Rruga "29 Nëntori", Pranë kthesës së Kamzës, Tiranë, Albania
 Mobile: +355 67 20 60 974
 Email: rafaeloltd@yahoo.com



e mëtejshëm të resortit. Resorti po ashtu ofron një gamë të gjerë shërbimesh për të përmbushur nevojat dhe kërkesat e vizitorëve, duke përfshirë:

- Supermarkets 1 & 2
- Parukeri
- SPA & Massage
- Ciao Bella Pastry Shop
- Furrë buke
- Kolona (Franchise)
- Plaza Lounge & Restaurant
- Rana e Hedhun
- Rafaelo Boutique
- Exchange
- Rafaelo Event & Decor Services
- Distributor i Kulmbacher Beer për Shqiprinë
- Supermarkets 1 & 2
- Hairdresser
- SPA & Massage
- Ciao Bella Pastry Shop
- Bakery
- Kolona (Franchise)
- Plaza Lounge & Restaurant
- Rana e Hedhun
- Rafaelo Boutique
- Exchange
- Rafaelo Event & Decor Services
- Distributor of Kulmbacher Beer for Albania

Në vitin 2023, Rafaelo Resort arriti një xhiro vjetore prej 1,145,427,909 ALL dhe një fitim neto të shkëlqyer prej 145,242,930 ALL, duke demonstruar një performancë të jashtëzakonshme dhe një angazhim të pandërprshëm për përmbushjen e standardeve të larta të shërbimit dhe të qëndrueshmërisë financiare. Me një ekip të përkushtuar dhe menaxhim të fortë, resorti është i përgatitur të përballot me sfidat e ardhshme dhe të vazhdojë të ofrojë një përvojë të paharrueshme për të gjithë vizitorët.

MAN TRUCK BUS CENTER ALBANIA

MAN Truck and Bus Albania, e përfaqësuar në tregun shqiptar nga kompania lidere Rafaelo 2002

In 2023, Rafaelo Resort achieved an annual turnover of 1,145,427,909 ALL and a net profit of 145,242,930 ALL. This demonstrates the resort's outstanding performance and commitment to maintaining high service standards and financial stability. With a dedicated team and strong management, the resort is well-prepared to face future challenges and continue offering an unforgettable experience to its visitors.

MAN TRUCK & BUS CENTER ALBANIA

MAN Truck and Bus Albania, represented in the Albanian market by the leading company Rafaelo 2002 sh.a., has seen steady growth over the years in all aspects of the business. This success includes expanding its clientele, securing significant sales contracts both nationally and internationally, and increasing its market share in

sh.a. ka shënuar një rritje të qëndrueshme ndër vite në të gjitha aspektet e biznesit. Ky sukses përfshin një zgjerim të klientelës, përmbylljen e kontratave të rëndësishme të shitjes në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar, si dhe një rritje të dukshme të pjesës së tregut në Shqipëri. Sipas të dhënave për vitin 2022, kompania ka arritur një rritje të të ardhurave totale prej rreth 15%, ku përfshihen shitjet e pjesëve të këmbimit, kamionëve të rinj dhe të përdorur, si dhe shërbimet e ofruara nga servisi.

Gjatë vitit 2023, MAN Truck and Bus Albania ka negociuar një numër kontratash ndërkombëtare me rëndësi të veçantë për nga sasia e automjeteve, disa prej të cilave janë tashmë në fazë implementimi, ndërsa të tjera pritet të finalizohen gjatë vitit. Një nga arritjet më të mëdha për kompaninë gjatë këtij viti ka qenë furnizimi i 10 bashkive në Shqipëri me automjete zjarrfikëse të reja të markës MAN. Duke pasur parasysh gjendjen aktuale të automjeteve zjarrfikëse në vend, synimi ynë është të mbulojmë rreth 80% të tregut të bashkive me këto automjete.

Në të njëjtën kohë, jemi në diskutime për të hyrë në tregun e automjeteve ushtarake, meqë MAN është e njohur për cilësinë e lartë të produkteve. Për vitin 2024, në gjashtëmujorin e parë, është regjistruar një rritje e të ardhurave prej mbi 120%, si rezultat i kontratave të nënshkruara në vitin 2023.

SEKTORI ENERGETIK

Në dekadën e fundit, kompania “Rafaelo 2002” sh.a. ka investuar fuqishëm në sektorin energjetik, duke zhvilluar projekte të rëndësishme në këtë fushë. Aktualisht, kompania është e angazhuar në disa projekte energjetike të ndara në dy kaskada kryesore dhe në energjinë diellore. Në kaskadën e Gjadrit, kompania po zhvillon dhe operon pesë hidrocentrale:

- HEC GJADER 1/1 (në pritje për të filluar)
- HEC GJADER 1/2 (në proces ndërtimi)
- HEC GJADER 3 (në operim)
- HEC GJADER 4 (në operim)
- HEC GJADER 5 (në operim)

Nënstacioni me kapacitet 36 MW dhe linja e transmetimit 110 kV

Në kaskadën e Lumzit, kompania operon

Albania. According to 2022 data, the company saw a total revenue increase of approximately 15%, including sales of spare parts, new and used trucks, and services provided by the service department.

In 2023, MAN Truck and Bus Albania negotiated several significant international contracts regarding the number of vehicles, some of which are already in the implementation phase, while others are expected to be finalized later in the year. One of the company’s major achievements this year was supplying 10 municipalities in Albania with new fire trucks from the MAN brand. Given the current state of fire trucks in the country, the goal is to cover approximately 80% of the municipal market with these vehicles.

Additionally, discussions are underway to enter the military vehicle market, as MAN is known for its high-quality products. For 2024, the first half of the year registered a revenue increase of over 120%, due to contracts signed in 2023.

ENERGY SECTOR

In the past decade, “Rafaelo 2002” sh.a. has invested heavily in the energy sector, developing significant projects in this field. The company is currently engaged in several energy projects, divided into two main hydropower cascades and solar energy. Gjadri Cascade: The company is developing and operating five hydropower plants:

- HEC GJADER 1/1 (awaiting start)
- HEC GJADER 1/2 (under construction)
- HEC GJADER 3 (in operation)
- HEC GJADER 4 (in operation)
- HEC GJADER 5 (in operation)

Substation: A substation with a capacity of 36 MW and a 110 kV transmission line.

Lumzi Cascade: The company operates the TUC hydropower plant. In addition, the company is investing in solar panels to expand its renewable energy production capacity. The total projected investment for these projects is approximately 75 million euros. To date, 43 million euros have been invested, with four hydropower plants fully operational, producing an annual output of 40,000,000 kWh and generating revenues of 4



hidrocentralin TUC. Gjithashtu, kompania është duke investuar në panelet diellore, duke synuar zgjerimin e kapacitetit prodhues të energjisë së rinovueshme. Investimi total i parashikuar për këto projekte arrin në rreth 75 milionë euro. Deri më tani, janë realizuar investime prej 43 milionë eurosh, dhe aktualisht janë katër hidrocentrale në funksion të plotë, me një kapacitet prodhimi vjetor prej 40,000,000 kWh, që gjenerojnë të ardhura prej 4 milionë eurosh në vit.

Aktualisht, janë në fazë investimi HEC GJADER 1/2, panelet diellore, dhe zgjerimi i kapacitetit të transmetimit në nënstacionin Gjader, me një vlerë prej 2.2 milionë eurosh. Parashikohet që këto investime të jenë funksionale deri në fund të vitit 2024. Fuqia totale e instaluar e të gjitha projekteve pritet të arrijë në 81.2 MW, me të ardhura vjetore që mund të arrijnë rreth 15 milionë euro.

TRANSPORT TOKËSOR DHE DETAR

Gjatë vitit 2023, kompania ka kryer 44 transportime ndërkombëtare, kryesisht për mallra të tillë si scrap, hekur, klinker, dhe materiale ndërtimi. Destinacionet e këtyre transportimeve përfshijnë Turqinë, Greqinë, Kroacinë, si dhe Tunizinë dhe Algerinë.

Importi i hekurit të ndërtimit ka arritur në 27 mijë ton, ndërsa eksporti i scrap-it drejt Turqisë dhe Greqisë është rreth 26 mijë ton. Përveç transportit ndërkombëtar, transporti tokësor luan një rol të

million euros per year.

Currently, investments are underway for HEC GJADER 1/2, solar panels, and expanding the transmission capacity at the Gjader substation, with a value of 2.2 million euros. These investments are expected to be operational by the end of 2024. The total installed capacity of all projects is expected to reach 81.2 MW, with annual revenues potentially reaching around 15 million euros.

LAND AND MARITIME TRANSPORT

In 2023, the company completed 44 international transports, primarily for goods such as scrap, iron, clinker, and construction materials. Destinations for these transports include Turkey, Greece, Croatia, as well as Tunisia and Algeria.

The import of construction iron reached 27,000 tons, while the export of scrap to Turkey and Greece amounted to 26,000 tons. In addition to international transport, land transport plays a crucial role in the company's operations. The company's fleet of heavy vehicles ensures the transportation of construction materials it trades, and it also provides transportation services for third parties.

The number of signed agreements for land transport services for third parties has seen a noticeable increase in 2023 compared to the previous year, reflecting the rising demand for these services.

rëndësishëm në operacionet e kompanisë. Flota e mjeteve të rënda të kompanisë siguron transportin e materialeve të ndërtimit që tregtojmë dhe gjithashtu ofron shërbime transporti për palë të treta.

Numri i marrëveshjeve të nënshkruara për transportin tokësor të palëve të treta ka shënuar një rritje të dukshme në vitin 2023, krahasuar me vitin e kaluar, duke reflektuar rritjen e kërkesës për këto shërbime.

MATERIALET E NDERTIMIT DHE BETON, INERTE

Në vitin 2023, sektori i materialeve të ndërtimit i Rafaelo 2002 ka shënuar një performancë të shkëlqyer dhe ka kontribuar ndjeshëm në zhvillimin ekonomik të kompanisë. Ky sektor mbulon tregtinë e një game të gjerë produktesh ndërtimi, përfshirë tullat, betonin dhe inertet. Gjatë vitit, departamenti ka regjistruar një numër të lartë shitjesh, duke përfshi 303.000 copë tulla dhe 130.000 kg hekur zgare. Cimentoja ka arritur në 457.000 kv, ndërsa zhavor lumi, granili dhe cakelli janë shitur në një vlerë totale prej 49.900 m³. Beton i cilësisë së parë, një produkt kyç për sektorin e ndërtimit, ka arritur në 26.000 m³ në vlerë prodhimi dhe shitjeje. Në përmbledhje, të ardhurat e realizuara nga këto aktivitete për vitin 2023 kapin shumën e 3.510.346.716 lekëve. Ky rezultat i jashtëzakonshëm është një dëshmi e forcës dhe ndikimit të Rafaelo 2002 në tregun e materialeve të ndërtimit dhe pasqyron angazhimin e kompanisë për cilësi dhe përkushtim në ofrimin e produkteve të shkëlqyera për ndërtim.

RAFAELO FARM

Në vitin 2024, Rafaelo Group ka zgjeruar portofolin me hapjen e sektorit të ri, Rafaelo Farm, një investim strategjik ky me një vlerë prej 66.183.486 lekësh. Ky sektor ka kontribuar në rritjen e numrit të punonjësve, me 273 të punësuar në kompaninë Rafaelo më 2002 dhe 338 në kompaninë Rafaelo Resort gjatë vitit 2023. Rafaelo Farm, i vendosur në Gjorm, është i fokusuar në prodhimin e produkteve të freskëta, përfshirë perime dhe fruta të cilësisë së lartë, të kultivuara me standarde të avancuara. Ky investim thekson angazhimin e



CONSTRUCTION MATERIALS, CONCRETE, AND AGGREGATES

In 2023, Rafaelo 2002's construction materials sector recorded outstanding performance and made a significant contribution to the company's economic growth. This sector covers the trade of a wide range of construction products, including bricks, concrete, and aggregates. During the year, the department recorded high sales volumes, including:

- 303,000 bricks
- 130,000 kg of rebar
- 457,000 kv of cement
- 49,900 m³ of river gravel, granite, and chippings
- 26,000 m³ of first-class concrete

Revenues generated from these activities for 2023 amounted to 3,510,346,716 ALL. This remarkable result underscores Rafaelo 2002's strength and impact in the construction materials market and reflects the company's commitment to quality and dedication to providing excellent construction products.

RAFAELO FARM

In 2024, Rafaelo Group expanded its portfolio with the opening of a new sector, Rafaelo Farm, a strategic investment valued at 66,183,486 ALL.



Rafaelo Group për të ofruar produkte të freskëta dhe të shëndetshme për tregun, duke mbështetur një sistem të qëndrueshëm dhe të integruar të prodhimit bujqësor.

RAFAELO LAKE HOTEL 5*

Rafaelo Group ka realizuar një investim të rëndësishëm në sektorin e turizmit me ndërtimin e hotelit të ri Rafaelo Lake Hotel 5*, një projekt me një vlerë investimi prej 77.264.021 lekësh. Ky hotel, i vendosur në Shëngjin, është hapur me një event të madh më 27 korrik dhe ka arritur të realizojë një xhiro prej 20.425.300 lekësh që nga ajo ditë. Me një kapacitet prej 180 dhomash dhe mundësinë për të akomoduar deri në 450 klientë, Rafaelo Lake Hotel 5* është projektuar për të ofruar një përvojë të shkëlqyer për vizitorët, duke kombinuar komfortin e lartë me pamjet e mrekullueshme të bregdetit dhe ambientit përreth. Ky investim është një hap i rëndësishëm në zgjerimin e ofertës së grupit dhe në forcimin e pozitave të tij në sektorin e turizmit.

RAFAELO 2019 RESIDENCE – MALI I ZI

Rafaelo 2019 në vitin 2023 ka investuar në Mal të Zi në 5 objekte:

- PODGORICË
- BUDVA
- TUZI
- BAR
- PODGORICË II

1. Në objektin PODGORICË , RRUGA 4 JULA është ndërtesë e realizuar me teknologjinë më të fundit arkitekturore. Deri më tani, në këtë objekt janë investuar përfundimisht 6,392,950.53 EUR.

2. Projekti në Tuz konsiston në krijimin e një kompanie për bazën e konstruksionit dhe betonit, krahas me hapësirë administrative, akomodim për stafin, depo e magazina që u përkasin materialeve të ndërtimit. Deri tani janë investuar 749,122.26 EUR.

3. Në BUDVA po realizohet një projekt madhështor hotelier. I pozicionuar në vijën e parë bregdetare, hoteli po ndërtohet sipas standardeve më të larta, duke u kategorizuar me 5 yje.

This sector has contributed to an increase in the number of employees, with 273 employees in Rafaelo 2002 and 338 employees in Rafaelo Resort during 2023. Located in Gjorm, Rafaelo Farm focuses on producing fresh products, including high-quality vegetables and fruits, cultivated to advanced standards. This investment underscores Rafaelo Group's commitment to providing fresh and healthy products to the market, supporting a sustainable and integrated agricultural production system.

RAFAELO LAKE HOTEL 5*

Rafaelo Group has made a significant investment in the tourism sector with the construction of the new Rafaelo Lake Hotel 5*, a project valued at 77,264,021 ALL. This hotel, located in Shëngjin, was inaugurated with a grand event on July 27, 2023, and has since achieved a turnover of 20,425,300 ALL. With a capacity of 180 rooms and the ability to accommodate up to 450 guests, Rafaelo Lake Hotel 5* is designed to offer an exceptional experience for visitors, combining high comfort with stunning views of the coastline and surrounding environment. This investment is a crucial step in expanding the group's offerings and strengthening its position in the tourism sector.

RAFAELO 2019 RESIDENCE - MONTENEGRO

In 2023, Rafaelo 2019 invested in Montenegro in five properties:

1. PODGORICA: A building on 4 JULY Street, constructed with the latest architectural technology. So far, approximately 6,392,950.53 EUR has been invested in this property.

2. TUZI: This project involves creating a company for construction and concrete bases, along with administrative space, staff accommodation, and storage warehouses for construction materials. To date, 749,122.26 EUR has been invested.

3. BUDVA: A magnificent hotel project is underway, located on the first coastal line. The hotel is being built to the highest standards and is categorized as 5 stars.



LUCA BUSI

President i “Coca-Cola Bottling Shqipëria”

Xhiro e biznesit 2023: 53.5 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +13.9
Numri i punonjësve: 393
Vendndodhja: Tiranë

LUCA BUSI

President of Coca-Cola Bottling Albania

Turnover 2023: 53.5 million EUR
Difference in % 23/22: +13.9
No. of employees: 393
Location: Tirana

Kompania e mirënjohur, “Coca-Cola Bottling Shqipëria” vazhdon të rritet. Ashtu siç ka bërë edhe më parë, kur gjithmonë viti pasardhës ka qenë më i mirë sesa ai paraardhës, edhe përgjatë vitit 2023, CCBS realizoi një performancat më të mira të historisë së vet. Sigurisht, e kushëtuar kjo nga disa faktorë, të cilët i shpjegon më mirë presidenti i saj, Luca Busi.

“Çdo vit është një sfidë e re, me ambicien për t’u arritur: me synimin për rritje të vazhdueshme. CCBS ka forcuar planin e zhvillimit vit pas viti, me vizionin për të ndërtuar një rrugë të qëndrueshme ekonomike, duke pasur ndikim pozitiv në ekonomi”, nënvizon Luca Busi, presidenti i Coca-Cola Bottling Shqipëria, të vetmes kompani të autorizuar për të prodhuar, ambalazhuar, shitur dhe shpërndarë të gjitha produktet e The Coca Cola Company në Shqipëri. “Viti 2023 ishte strategjik për ne – vazhdon ai – me përmirësime të ndjeshme në asetet operative dhe financiare. Shumë faktorë kanë ndikuar në rezultate të jashtëzakonshme: në lidhje me optimizimin e prodhimit dhe risitë teknike, për shembull, ne kemi investuar në linjat tona dhe teknologjitë e reja për të rritur efikasitetin dhe për të garantuar cilësi gjithnjë e më të lartë të produktit.

Coca-Cola Bottling Albania continues to grow. Just as it has done in the past, where each year has been better than the previous one, in 2023, CCBS achieved one of the best performances in its history. This is certainly due to several factors, which its president, Luca Busi, explains better.

“Every year is a new challenge, with the ambition to be achieved: with the aim of continuous growth. CCBS has strengthened its development plan year after year, with the vision of building a sustainable economic path, having a positive impact on the economy;” emphasizes Luca Busi, president of Coca-Cola Bottling Albania, the only company authorized to produce, package, sell, and distribute all The Coca-Cola Company products in Albania. “2023 was strategic for us – he continues – with significant improvements in operational and financial assets. Many factors have contributed to exceptional results: regarding production optimization and technical innovations, for example, we have invested in our lines and new technologies to increase efficiency and guarantee ever higher product quality. These efforts have helped reduce costs and further optimize our production capacity. We have also

Adresa: Coca-Cola Bottling Shqipëria (CCBS), Tiranë-Durrës Km.5, Kashar, Tiranë
 Tel: +355 48 20 04 31/32/33/34, +355 42 379 776/789/779
 Fax: +355 4 48 20 04 30
 Email: @cocacola.al Web: www.ccbs.al

Address: Coca-Cola Bottling Shqipëria (CCBS), Tiranë-Durrës Km.5, Kashar, Tiranë
 Tel: +355 48 20 04 31/32/33/34, +355 42 379 776/789/779
 Fax: +355 4 48 20 04 30
 Email: @cocacola.al Web: www.ccbs.al



Këto përpjekje kanë ndihmuar në uljen e kostove dhe optimizimin e mëtejshëm të kapacitetit tonë të prodhimit. Ne kemi zgjeruar gjithashtu portofolin tonë të produkteve, duke prezantuar shije të reja dhe formate të reja paketime, të cilat janë pritur pozitivisht nga konsumatorët. Këto ndryshime kanë ndihmuar në rritjen e pjesës sonë të tregut dhe përmirësimin e pozicionit tonë konkurrues. Numrat flasin vetë: në vitin 2023 kemi shënuar një rritje të qarkullimit neto të shitjeve prej 13.9% (53.5 milionë euro), me një marzh Ebit prej 16.8% dhe një rritje në burimet njerëzore (+6, 8%), e cila u rrit nga 368 në 393 punonjës. Një trend pozitiv që tregon zhvillim të vazhdueshëm, të qëndrueshëm dhe cilësor dhe që na pozicionon si një model industrial, duke demonstruar se si një kompani familjare e shkëlqyer mund t'i përgjigjet nevojave të një territori shumë të larmishëm”.

Por kompania nuk ka ardhur duke përmirësuar vetëm performancën. Në realitetin shqiptar ajo renditet ndër më të mirat edhe sa i takon përgjegjësisë sociale të manifestuar.

“Përgjegjësia sociale e korporatës – vijon Presidenti Busi – ka qenë gjithmonë një nga prioritetet tona, por në vitin 2023 ishte vërtet thelbësore, duke udhëhequr të gjitha veprimet tona zhvillimore. Lajmi më i madh ishte prezantimi i parë Raportit të Qëndrueshmërisë¹ për një qasje të certifikuar dhe pragmatike ndaj përgjegjësisë sociale: një hap i rëndësishëm në rrugën e transparencës

¹ Të dhënat e raportit gjenden në <https://ccbs.al/en/perjegjiesia-sociale/ccbs-prezanton-raportin-e-pare-te-qendrueshmerise-per-nje-qasje-te-certifikuar-dhe-pragmatike-ndaj-perjegjiesise-sociale/>

expanded our product portfolio, introducing new flavors and new packaging formats, which have been positively received by consumers. These changes have helped increase our market share and improve our competitive position. The numbers speak for themselves: in 2023 we recorded a 13.9% increase in net sales turnover (53.5 million euros), with an Ebit margin of 16.8% and a growth in human resources (+6.8%), which increased from 368 to 393 employees. A positive trend that indicates continuous, sustainable, and quality development and that positions us as an industrial model, demonstrating how an excellent family company can meet the needs of a very diverse territory.”

But the company has not only improved its performance. In the Albanian reality, it is ranked among the best also in terms of the social responsibility it manifests. “Corporate social responsibility – continues President Busi – has always been one of our priorities, but in 2023 it was truly fundamental, guiding all our development actions. The biggest news was the presentation of the first Sustainability Report for a certified and pragmatic approach to social responsibility: a significant step in the path of transparency and continuous improvement implemented for several years. This official document – prepared by Deloitte, supported by detailed reports and verified by specialized consultants – in fact, demonstrates the company’s commitment to a sustainable future, with a path based on investments and good practices. A very important starting point to achieve the great goal, as well as it has already been communicated, we aim to become the first company in Albania to be Carbon

dhe përmirësimit të vazhdueshëm të zbatuar prej disa vitesh. Ky dokument zyrtar - i hartuar nga Deloitte, i mbështetur nga raporte të detajuara dhe i verifikuar nga konsulentë të specializuar - në fakt dëshmon përkushtimin e kompanisë për një të ardhme të qëndrueshme, me një rrugë të bazuar në investime dhe praktika të mira. Një pikënisje shumë e rëndësishme për të arritur qëllimin e madh, si dhe është komunikuar tashmë sy sinqerisht të bëhemi kompania e parë në Shqipëri Carbon Neutral deri në vitin 2030. Për të arritur këtë qëllim ambicioz, kemi zhvilluar një proces të detajuar dhe një Roadmap të qartë e transparent, me të gjitha investimet dhe operacionet që do të duhet t'i vëmë në zbatim në vitet e ardhshme. Kemi identifikuar tashmë reduktime të mundshme të emetimeve, si në operacionet e brendshme ashtu edhe me palët e treta.

Gjithashtu, intensifikuam projektet edukative - kulturore në vitin 2023 që synojnë promovimin e riciklimit dhe përdorimin e burimeve të qëndrueshme, duke arritur të rrisim vetëdijësimin, të stimulojmë dhe të marrim pjesë aktive në një ndryshim pozitiv sistematik që përfshin të gjithë komunitetin. E gjithë kjo për të demonstruar se CCBS është më shumë se një aktivitet sipërmarrës: është një realitet që po nxit ndryshimin në Shqipëri

Neutral by 2030. To achieve this ambitious goal, we have developed a detailed process and a clear and transparent Roadmap, with all the investments and operations that we will have to implement in the coming years. We have already identified possible reductions in emissions, both in internal operations and with third parties. Also, we intensified educational and cultural projects in 2023 aimed at promoting recycling and the use of sustainable resources, managing to raise awareness, stimulate, and actively participate in a positive systematic change that involves the entire community. All of this to demonstrate that CCBS is more than a business activity: it is a reality that is driving change in Albania with great energy. Since its inception, Coca-Cola Bottling Albania has promoted actions in favor of the environment through pioneering projects, hoping to have contributed to setting new standards within the market: our green initiatives – continues Busi – such as investments in photovoltaics, the use of 100% electric vehicles, the installation of fast charging stations in the cities involved, planting trees, are just the main examples of a daily commitment from all levels of the organization.”

Emigration has become a worrying problem for Albanian businesses, not only due to the difficulties



me shumë energji. Që nga fillimi i saj, Coca-Cola Bottling Shqipëria ka promovuar veprime në favor të mjedisit përmes projekteve pioniere, me shpresën se do të ketë kontribuar në vendosjen e standardeve të reja brenda tregut: iniciativat tona të gjelbra - vazhdon Busi - si investimet në fotovoltaike, përdorimi e automjeteve 100% elektrike, instalimi i stacioneve të karikimit të shpejtë në qytetet e përfshira, mbjellja e pemëve, janë vetëm shembujt kryesorë të një angazhimi të përditshëm nga të gjitha nivelet e organizimit”.

Emigrimi është kthyer në problem shqetësues për bizneset shqiptare, jo vetëm për vështirësitë që ka shkaktuar ky proces në sigurimin e fuqisë punëtore, por edhe sa i takon uljes së numrit të konsumatorëve. Por kompanitë prodhuese të produkteve të konsumit masiv e kanë gjetur lajmin e mirë tek turizmi, një sektori ky që po zhvillohet shumë dhe që po sjell flukse të mëdha konsumatorësh.

“Në kontekstin aktual, i cili vazhdon të shënojë rritje të numrit të turistëve – vijon presidenti i CCBS Luca Busi – ne shohim mundësi të mëdha dhe kufij për zhvillimin e mëtejshëm të realitetit tonë. Sa më shumë të rritet Shqipëria, aq më shumë rritemi ne: një proces i vërtetshëm që duhet mbështetur reciprokisht. Rritja e flukseve ka sjellë një rritje të vëllimeve të dukshme nga konsumi i produkteve tona dhe ne po planifikojmë të zgjerojmë më tej praninë tonë në tregun vendas, duke përfutur nga ky trend pozitiv me “Planet Turistike” shumë të fuqishme. Në vitin 2023 kemi aktivizuar një plan sfidues që synon shfrytëzimin e prezencave turistike veçanërisht gjatë verës, me investime të mëdha Outdoor të lidhura me aktivizimin e pikave të shitjes sezonale, me një forcë të dedikuar shitjeje dhe me materiale të veçanta dhe të dukshme, nëpërmjet aktiviteteve specifike mbështetëse të hoteleve dhe për mbështetjen e eventeve muzikore dhe ndërkombëtare. Coca-Cola ka qenë gjithmonë një pije e dashur për shqiptarët dhe shumë e kërkuar në të gjitha pikat e shitjes: forca jonë përfaqësohet nga një model i suksesshëm unik në botë, një markë që investon vazhdimisht në teknologji dhe komunikim. Nëpërmjet inovacionit të vazhdueshëm, ne do të angazhohemi gjithnjë e më shumë për të kënaqur kërkesat e një tregu gjithnjë në rritje.”



caused by this process in securing labor, but also in terms of the decrease in the number of consumers. But manufacturing companies of mass consumer products have found good news in tourism, a sector that is developing rapidly and bringing large flows of consumers.

“In the current context, which continues to record an increase in the number of tourists – continues CCBS president Luca Busi – we see great opportunities and boundaries for the further development of our reality. The more Albania grows, the more we grow: a virtuous process that must be mutually supported. The increase in flows has led to a significant increase in volumes from the consumption of our products and we are planning to further expand our presence in the domestic market, taking advantage of this positive trend with very powerful “Tourist Plans”. In 2023 we have activated a challenging plan aimed at exploiting tourist presences, especially during the summer, with large Outdoor investments linked to the activation of seasonal sales points, with a dedicated sales force and with special and visible materials, through specific support activities for hotels and for the support of musical and international events. Coca-Cola has always been a beloved drink for Albanians and very much in demand at all points of sale: our strength is represented by a unique successful model in the world, a brand that constantly invests in technology and communication. Through continuous innovation, we will be increasingly committed to meeting the demands of an ever-growing market.”

Note: This translation aims to be as accurate and comprehensive as possible, maintaining the original meaning and tone. However, there may be slight nuances in meaning or style due to the complexities of translation between languages. If you have any specific questions or require further clarification, please feel free to ask.



largest
64

successful
179



ASTRIT ISA, LUAN LARTI

Administratorë të kompanisë Larti sh.p.k

Emri i kompanisë: Larti sh.p.k
Xhiro e biznesit 2023: 52 milionë euro
Numri i punonjësve: 200
Vendndodhja: Korçë

ASTRIT ISA AND LUAN LARTI

Administrators of Larti LLC

Company name: Larti LLC
Turnover 2023: 52 million EUR
No. of employees: 200
Location: Korça

Edhe pse me njëfarë rënie krahasuar me një vit më parë, sërish, 52 milionë euro aktivitet, realizuar nga kompania Larti, gjatë vitit 2023, mjaftuan që dy pronarët e saj, Astrit Isa dhe Luan Larti të renditen ndër biznesmenët më të mëdhenj të Shqipërisë. Është ky një status i fituar kohë më parë dhe i demonstruar e përfurcuar vit pas viti, por sigurisht jo nga arsye rastësore apo fati. Por si rrjedhojë e vendimeve të shumta, në sensin e duhur dhe të marra në kohën e duhur, të cilat bënë të mundur ngjitjen e kompanisë Larti sh.p.k në nivelet që është sot. Themelet e këtij biznesi të suksesshëm u hodhën që në vitin 1992, kohë kur Luan Larti, shkoi si shumë të tjerë emigrant në Greqi, por si pak të tjerë u kthye brenda një kohe të shkurtër, pasi, bashkë me Astrit Isa shihnin mundësi më të mëdha në Shqipëri. Ishte pra ky momenti më i rëndësishëm, kur ata ndanë mëndjen për ndërtimin e perspektivës së tyre. Ishte ky vendimi më i rëndësishëm që i dha jetës së tyre këtë drejtim që ka edhe sot. Që i dha këtë aureole që kanë sot. Që i dha këtë profil që kanë sot.

Vendimi tjetër i rëndësishëm i Luan Lartit

Despite a slight decline compared to the previous year, the 52 million euros in activity achieved by Larti LLC in 2023 was still sufficient for its two owners, Luan Larti and Astrit Isa, to be ranked among the largest businessmen in Albania. This status was earned some time ago and demonstrated and reinforced year after year, but certainly not by chance or luck. It was the result of numerous well-timed decisions, which made it possible for Larti LLC to rise to the levels it is at today. The foundations of this successful business were laid back in 1992, when Luan Larti, like many others, emigrated to Greece, but unlike most, he returned within a short time, seeing greater opportunities in Albania. This was indeed the most significant moment when he decided to build his own future. This decision was crucial in steering his life in the direction it has taken today. It gave him the aura he possesses now. It gave him the profile he has today.

Another significant decision made by Luan Larti and Astrit Isa was the pursuit of personal and family progress solely in the field of business.

Adresa: Rruga kombëtare Bulgarec, Korçë
 E-mail: info@larti.al
 Tel: +355694064200

Address: Rruga kombëtare Bulgarec, Korçë
 E-mail: info@larti.al
 Tel: +355694064200

dhe Astrit Isa ishte kërkimi i progresit personal e familjar vetëm në fushën e biznesit. Nëse shumë shqiptarë në ato vite ishin të paqartë e konfuzë rreth të ardhmes së tyre, nëse shumë shqiptarë ranë në panik nga ndryshimi i sistemit, Luan Larti dhe Astrit Isa e kuptuan se kishte ardhur koha e një sistemi të ri ku përgjegjës për mirëqënien e individit ishte vetë individi. Ndaj dhe e drejtuan shikimin dhe energjinë e tyre vetëm në drejtim të ushtrimit të iniciativës së lirë. Pas një prove me tregtimin e fruta perimeve, kuptuan se ky lloj aktiviteti kishte limite dhe ishte i pafuqishëm për të përmbushur ambiciet e tyre të mëdha. Ndaj, ndryshuan natyrën e aktivitetit të biznesit, duke u marrë me tregtimin e materialeve të ndërtimit dhe në vitin 1999 themeluar përfundimisht kompaninë Larti sh.p.k. Dhe vazhduan në këtë linjë. Duke përmbushur kështu atë shprehjen e Andreë Carnegie se “njerëzit që kanë pasur sukses janë ata që kanë zgjedhur një linjë dhe i përmbahen asaj”.

Përkushtimi i madh në punë, shoqëruar ky me tregtimin e materialeve tepër cilësore, fryt i bashkëpunimit me partnerë të mirënjohur bënë që tregu i Korçës në vecanti, por edhe ai i Juglindjes së vendit të ishte i vogël për kompaninë Larti. Ndërkohë që kompania kishte ndërtuar një mekanizëm perfekt konkurues edhe për tregje të



While many Albanians at that time were unclear and confused about their future, and many fell into panic over the system change, Luan Larti and Astrit Isa understood that the time for a new system had arrived, where the responsibility for individual well-being lay with the individual themselves. Thus, they directed their focus and energy solely towards exercising free initiative. After experimenting with trading fruits and vegetables, they realized that this type of activity had limits and was inadequate to fulfill their big ambitions. Therefore, they changed the nature





tjera në përtej Juglindjes. Ndaj, sot ajo paraqitet me dy pika kryesorë magazinimi dhe shpërndarje të produkteve që tregton. Njëra në Korçë e tjetra në Elbasan. Duke patur për moto kryesore furnizimin e tregut me produktet më cilësore e standartet bashkëkohore, Larti sh.p.k ia ka dalë mbanë që të jetë tashmë një kompani që nuk ka kufij në treg.

Por rritja e kompanisë nuk është projektuar e siguruar vetëm nga zgjerimi i tregut të shitjes së produkteve të tyre kryesisht hekur dhe material të tjera ndërtimi. Rritja është stimuluar edhe nga diversifikimi i aktivitetit të kompanisë ose më saktë shtimi i aktivitetit të saj, duke u futur edhe në procesin e ndërtimit të komplekseve të banimit apo edhe transportit të mallrave për llogari të të tretëve. Ndonëse është e vështirë të përcaktohet se sa për qind zë ndërtimi në aktivitetin e kësaj kompanie të mirënjohur, ajo që mund të thuhet me bindje është fakti se Larti sh.p.k ka aktualisht aktivitetin më të madh në ndërtim në qytetin e Korçës. Ka ndërtuar komplekset kryesore dhe më të bukura të banimit në qytetin juglindor. Në harmoni të plotë me fizionominë e këtij qyteti. Zgjerimi i natyrës së aktivitetit të kompanisë edhe me ndërtimin është një zhvillim sa i natyrshëm i kompanisë, aq edhe veprim i mençur i drejtuesve, pasi Korça nuk e ka përjetuar barbarinë e ndërtimeve pa rregull e pa standarte, sikundër ka ndodhur në qytetet dhe zonat e tjera të Shqipërisë.

of their business activity, focusing on trading construction materials, and in 1999, they officially founded Larti LLC. They continued along this line, fulfilling Andrew Carnegie's saying that "successful people are those who have chosen a path and stuck to it."

Their great dedication to work, combined with trading high-quality materials and collaborating with well-known partners, meant that the market in Korçë, in particular, but also the southeastern region of the country, was too small for Larti LLC. Meanwhile, the company had built a perfect competitive mechanism for other markets beyond the Southeast. Today, it has two main storage and distribution points for its products: one in Korçë and the other in Elbasan. With its main motto being the supply of the market with the highest quality products and contemporary standards, Larti LLC has managed to become a company with no boundaries in the market.

However, the company's growth has not been secured solely by expanding its sales market for their products, primarily steel and other construction materials. Growth has also





Ky “dizavantazh” i saj, si dhe fillimi i vonshëm e ndërtimeve të reja, ka krijuar mundësinë që gjërat të bëhen sic duhet dhe kompani të tilla me reputacion si Larti sh.p.k janë garancia më e mirë për këtë. Jo më kot, në zyrat e kësaj kompanie kërkesat apo propozimet për zhvillime pronash të ndryshme janë të shumta dhe që japin garanci për një perspektivë të qëndrueshme afatgjatë të kompanisë. Aktiviteti i ndërtimit është një nga segmentët e veprimtarisë që i krijon Larti-t dinamikën e duhur, pasi tregtimi i materialeve të ndërtimit ka krijuar prej vitesh stabilitetin e saj. Tashmë kompania është në fazën e fundit të përfundimit të një kompleksi prej 60 mijë metra katror dhe para saj shpaloset një tjetër projekt shumë i rëndësishëm për qytetin e Korçës. Ai i ndërtimit të një kompleksi të ri me sipërfaqe dyfish më të madhe nga ky që është në “metrat e fundit”. Me këtë projekt të ri, i cili garanton të paktën 10 vite punë në sektorin e ndërtimit për kompaninë, si dhe një tjetër në fushën e energjisë së rinovueshme mund të thuhet me siguri që perspektiva e kompanisë “Larti” sh.p.k është e garantuar. Kurse dy aksionerët e saj, Astrit Isa dhe Luan Larti, kurorëzojnë një partneritet afatgjatë e të pazakontë për mjedisin shqiptar, por të karakterizuar nga përkushtimi e mirëkuptimi reciprok.

been stimulated by diversifying the company’s activities or more precisely, expanding its activities by entering the construction of residential complexes and even transporting goods for third parties. Although it is difficult to determine what percentage construction activity constitutes within this well-known company, it can be confidently said that Larti LLC currently has the largest construction activity in the city of Korçë. It has built the main and most beautiful residential complexes in the southeastern city, in full harmony with the city’s appearance.

The expansion of the company’s activities to include construction is both a natural development of the company and a wise move by the management, as Korçë has not experienced the barbarity of unregulated and non-standard construction, unlike other cities and regions in Albania. This “disadvantage,” along with the late start of new constructions, has created the opportunity to do things correctly, and reputable companies like Larti LLC are the best guarantee for this. Not surprisingly, the company’s offices are frequently approached with requests or proposals for various real estate developments, providing assurance of a stable long-term future for the company. The construction activity is one of the segments that gives Larti LLC the necessary dynamism, as trading construction materials has provided stability for years.

The company is now in the final phase of completing a 60,000 square meter complex, and ahead of it is another very important project for the city of Korçë: the construction of a new complex with twice the area of the current one in its “final meters.” With this new project, which guarantees at least 10 years of work in the construction sector for the company, as well as another project in the field of renewable energy, it can be said with certainty that the future of Larti LLC is secure. Meanwhile, its two shareholders, Astrit Isa and Luan Larti, crown a long-term and unusual partnership in the Albanian environment, characterized by commitment and mutual understanding.



KOMPANIA ELKA SA

Xhiro e biznesit 2023: 49.5 milion EURO
Ndryshimi në % 23/22: +5.9
Numri i punonjësve: 442
Vendndodhja: Vrisera, Gjirokastër

COMPANY ELKA SA

Turnover 2023: 49.5 million EUR
Difference in % 23/22: +5.9
No. of employees: 442
Location: Vrisera, Gjirokastra

Sa herë që mbaron viti kalendarik dhe financiar dhe biznesi bën bilancet e punës dhe të performancës, është e sigurtë që kompania Elka SA do të dalë në gjirin e kompanive më të suksesshme të tij. Ajo që është intriguese për këtë kompani lidhet me dinamikën e aktivitetit të saj. Pra sa është rritur ky aktivitet, ku është rritur më shumë, sa rentabilitet ka pasur kompania, si i ka përballuar tendencat dhe problematikat e kohës, etj. etj. Dhe që në fillim duhet të themi se ELKA SA, edhe pse na ka mësuar çdo vit me performancat e saj shumë të mira, edhe pse na ka ambientuar me përmirësimet e vazhdueshme të aktivitetit në shumë plane, në investime, rritje volumesh, përfitueshmëri, zgjerim impakti social etj., e mbylli vitin 2023 me një performancë të mrekullueshme.

Le t'i referohemi disa treguesve kryesorë që lejojnë me nxjerrë një konkluzion të saktë për ecurinë e kompanisë. Xhiro e saj gjatë vitit 2023 ishte 5.8 miliardë lekë, nga 5.1 miliardë lekë sa ishte gjatë vitit paraprak. Rritja pra është rreth 6 për qind. I gjithë ky volum aktiviteti u realizua në tregun e brendshëm dhe atë të eksportit. Shitjet brenda vendit ishin në kuotën e 4.8 miliardë

At the end of each calendar and financial year, as businesses tally their work and performance, Elka SA consistently ranks among the most successful companies. The intriguing aspect of this company lies in the dynamics of its activity. This includes how much the activity has grown, where it has grown the most, its profitability, and how it has addressed contemporary trends and challenges. From the outset, it must be said that ELKA SA, despite consistently delivering excellent performances and continuous improvements in various areas - such as investments, volume growth, profitability, and social impact - closed 2023 with remarkable performance.

Let's examine some key indicators that allow us to accurately assess the company's progress. Its turnover in 2023 was 5.8 billion ALL, up from 5.1 billion ALL the previous year. This represents an increase of about 6 percent. All this activity was realized in both the domestic and export markets. Domestic sales were 4.8 billion ALL, with an increase of 6.5 percent, while export sales were 954 million ALL, nearly the same as the previous year.

Adresa: Vrisera, Gjirokaster, Albania
 Tel. + 355 8426 7301
 Fax. + 355 884 90099
 e-mail: @elka-sa.com
 web-site: www.elka-sa.com

Adresa: Vrisera, Gjirokaster, Albania
 Tel. + 355 8426 7301
 Fax. + 355 884 90099
 e-mail: @elka-sa.com
 web-site: www.elka-sa.com



lekëve, me një rritje prej 6.5 për qind. Kurse shitjet nga eksporti ishin 954 milionë lekë, në një nivel thuajse të njëjtë me vitin paraprak.

Por ajo që nuk e bën të tepërt përcaktorin “i mrekullueshëm” për aktivitetin e ELKA SA gjatë vitit që u mbyll, lidhet me efektivitetin e kompanisë. Në analizë të fundit ky është edhe qëllimi pse ekziston dhe zhvillohet çdo biznes. Me rreth 896 milionë lekë fitim para tatimit të siguruar, ELKA duket se ka pasur një vit tejet produktiv dhe shumë më të mirë sesa viti paraprak.

Edhe në drejtime të tjera kompania ka njohur progres. Numri i punonjësve ka arritur në 442 vetë, ndërkohë që vetëm një vit më parë ishte 419. Nga këta, 60 për qind janë femra dhe 40 për qind meshkuj. Sigurisht se 23 të punësuar më shumë nuk përbëjnë ndonjë rritje e konsiderueshme, por kjo e ka vlerën e një treguesi domethënës në drejtim të progresit të mëtejshëm të kompanisë. Edhe fondi i pagave të kompanisë u rrit me 10 për qind, duke e kthyer ELKA SA-në ndër kompanitë me pagat më të mira në vend, me pagën mesatare

What justifies calling ELKA SA's performance “remarkable” is its effectiveness. Ultimately, this is the purpose of every business. With a pre-tax profit of around 896 million ALL, ELKA had a highly productive year, much better than the previous one.

The company also made progress in other areas. The number of employees reached 442, compared to 419 a year ago. Of these, 60 percent are women and 40 percent are men. Certainly, 23 additional employees do not represent a significant increase, but it is a meaningful indicator of the company's ongoing progress. The company's wage fund also increased by 10 percent, making ELKA SA one of the best-paying companies in the country, with an average annual salary exceeding 1.5 million ALL. It appears the company, with its consistent approach over the years, has no workforce issues, well illustrated by the fact that employees have an average employment duration of 7 years.

The company's contribution as a taxpayer





vjetore mbi 1,5 milionë lekë. Duket pra se kompania, me sjelljen e duhur ndër vite, nuk ka problem me fuqinë punëtore dhe këtë e ilustron mirë edhe fakti se punonjësit kanë një kohëzgjatje mesatare punësimi 7 vjet.

Jashtë analizës së performancës së kompanisë nuk mund të lihet edhe kontributi i saj si tatimpaguese dhe taksapaguese. Nuk janë pak, por plot 1.2 miliardë lekë, ose rreth 12 milionë Euro që institucionet e ndryshme të shtetit shqiptar kanë përfituar nga kompania ELKA SA, çka e rendit atë ndër taksapaguesit më të mëdhenj të biznesit shqiptar.

Përveçse ka qenë dhe mbetet kompani e suksesshme, pra përveç të kaluarës dhe të tashmës së lavdishme, ELKA SA duket se ka të tillë edhe perspektivën. Nuk ka si të jetë ndryshe, përderisa kjo kompani bën pjesë në rrethin e pak bizneseve shqiptare që nuk kanë asnjë detyrim kundrejt institucioneve bankare, ndërkohë që të gjitha sfidat e zgjerimit të aktivitetit që lidhen me nevojën e kryerjes së investimeve i ka përballuar nëpërmjet burimeve të veta. Ashtu sikundër po ndodhte konkretisht edhe me investimet që pritet të mbyllen gjatë këtij viti dhe që do ta rrisin kapacitetin prodhues të fabrikës.

Përmes 25 vitesh investimi në infrastrukturë të lartë, teknologji inovative dhe njerëz të motivuar, ELKA SA është bërë njëri nga distributorët drejtues në treg të disa prej produkteve konsumatore më të suksesshme në Shqipëri. Si rezultat, ELKA SA tashmë u siguron shërbime inovative distribucioni dhe plotësisht të integruara më shumë se 50 markave rajonale dhe botërore, të mundësuar nga logjistika në kohë reale, 250 punonjësit e shitjes, 110 furgonat, 12

is also significant. It paid a total of 1.2 billion ALL, or around 12 million Euros, to various Albanian state institutions, ranking it among the top taxpayers in Albanian business.

Besides being and remaining a successful company with a glorious past and present, ELKA SA seems to have a promising future as well. This is likely, given that this company is among the few Albanian businesses with no obligations to banking institutions, handling all the challenges of expanding its activities through its resources. This is evident with the investments expected to be completed this year, which will increase the factory's production capacity.

Through 25 years of investment in high infrastructure, innovative technology, and motivated people, ELKA SA has become one of the leading distributors of some of the most successful consumer products in Albania. As a result, ELKA SA now provides innovative and fully integrated distribution services to more





kamionat, një rrjet prej më se 10,000 dyqaneve, si dhe zgjidhjet të tregtimit dhe të marketimit. Për pothuaj dy dekada, markat e produkteve shtëpiake ELKA frymëzojnë besueshmëri, inovacion dhe cilësi tek konsumatorët.

Pavarësisht se në fillimet e saj është konceptuar dhe ka vepruar si kompani distribuimi dhe tregtimi të brandeve të mirënjohura ndërkombëtare në tregun shqiptar, ELKA është nga ato kompanitë që, me kalimin e kohës, e ka gërshetuar tregtimin me prodhimin, duke krijuar brandet e veta si Belino, Replay, Baretti, My Little Garden, Daily, etj. dhe duke eksploruar gjithnjë e më shumë tregjet e eksportit.

Synimi i kompanisë është që të zgjerohet më tej me produktet snack në tregjet e Kroacisë, Malit të Zi, Bosnjës dhe të Çekisë.

than 50 regional and global brands, enabled by real-time logistics, 250 sales employees, 110 vans, 12 trucks, a network of over 10,000 stores, and trading and marketing solutions. For nearly two decades, ELKA's household product brands have inspired reliability, innovation, and quality among consumers.

Initially conceived and operated as a distribution and trading company of well-known international brands in the Albanian market, ELKA has, over time, combined trading with production, creating its brands such as Belino, Replay, Baretti, My Little Garden, Daily, etc., and increasingly exploring export markets.

The company's goal is to further expand its snack products into the markets of Croatia, Montenegro, Bosnia, and the Czech Republic.





'TEUTA' KOMPANIA LIDER NE SEKTORIN USHQIMOR PREJ 30 VITESH

'Teuta' filloi 30 vite më parë si një sipërmarrje e guximshme dhe njëkohësisht modeste, u rrit pak nga pak duke përfshirë në portofolin e saj të gjithë gamën e produkteve të shportës dhe shumë më tepër. Tashmë prej 3 dekadash 'Teuta' mbetet pararojë e nevojave të konsumatorit Shqiptar duke sjellë në treg risi me produktet e saj.

Në këto 30 vite në biznes, fokusi i 'Teuta' mbetet gjithnjë krijimi i marrdhënieve të shëndetshme me furnitorët, klientët e kompanisë si dhe konsumatorin e besuar.

'Teuta' ka investuar në makineritë më bashkëkohore në fushën e industrisë ushqimore dhe automatizimin e proceseve në prodhim, duke ofruar kështu produkte të sigurta për konsumatorin. Cilësia e lëndës së parë është gjithmonë prioritet për të patur gjithnjë produktin me vlerat më të larta ushqyese dhe të shkëlqyer në shije. Me një mbulim të plotë të territorit Shqiptar, 'Teuta' sjell produktet e saj pranë konsumatorit në çdo pjesë të vendit tonë. Natyralisht investimet, përmirësimet dhe menaxhimi i tregut janë procese

KOMPANIA TEUTA DURRËS

Emri i kompanisë: Teuta Durrës
Xhiro e biznesit 2023: 40 milionë EURO
Numri i punonjësve: 200
Vendndodhja: Durrës dhe Tirane

"TEUTA DURRËS" COMPANY

Company name: Teuta Durres
Gross revenues in 2023: 40 million EUR
No. of employees: 200
Location: Durrës and Tirana

TEUTA THE LEADER COMPANY IN THE FOOD SECTOR FOR 30 YEARS

'Teuta' started 30 years ago as a bold and at the same time modest venture, it grew little by little including in its portfolio the entire range of pantry products and much more. For 3 decades now, 'Teuta' remains the vanguard of the Albanian consumer's needs, bringing new products to the market.

In these 30 years in business, 'Teuta's' focus remains maintaining healthy relationships with the suppliers, customers as well as 'Teuta's' trusted consumer.

'Teuta' has invested in the most modern machines in the field of food industry and the automation of production processes, thus offering safe products to the consumer. The quality of the raw material is a priority to always have the product with the highest nutritional values and excellent taste. With a complete coverage of the Albanian territory, 'Teuta' brings its products to the consumer in every part of the country. Naturally, investments, improvements and market management are continuous processes, and for 'Teuta's', staff they are part



të vazhdueshme, dhe për stafin e 'Teuta' janë pjesë e punës së tyre të përditshme. Kompania 'Teuta' u ngrit mbi ëndrra të mëdha, me shumë punë e një premtim: të bëhet pjesë e jetës së përditshme të shqiptarëve. Ky premtim u arrit shumë shpejt dhe tashmë i gjejmë në çdo tryezë. Prej vitesh, 'Teuta' është konsoliduar si një biznes i suksesshëm dhe i garantuar i prodhimit, paketimit dhe shpërndarjes së produkteve të cilësisë së lartë, që mbartin vlera të sigurta ushqimore.

Sot në treg gjejmë lehtësisht me dhjetra artikuj ushqimorë që mbajnë logon e firmës 'Teuta' dhe që përbëjnë bazën e tryezës shqiptare.

MARKAT E 'TEUTA' NË ÇDO TRYEZË DHE PËR ÇDO KËRKESË

Sot kompania 'Teuta' numëron 5 brande të krijuara për të plotësuar të gjitha nevojat konsumatore. Marka e parë e kompanisë, krijuar me emrin **GOLD**, vjen me 3 linja ushqimore të cilat është e sigurtë të gjenden në çdo tryezë shqiptare. Linja e parë e krijuar është ajo e Orizit **GOLD** me një shumëllojshmëri zgjedhjesh, ndër të cilat 4 varietete Premium si Carnaroli, Arborio, Basmati dhe ai Parboiled. Një tjetër linjë është ajo e **Fasules GOLD** e cila ka prezantuar në tregun

of their daily work.

The 'Teuta' Company was founded on big dreams, with hard work and a promise: to become part of the Albanians daily life.

This promise was achieved very quickly and we now can find them on every table. For years, 'Teuta' has been consolidated as a successful and guaranteed business of production, packaging and distribution of high quality products, which carry safe food values.

Today, you can easily find dozens of food items in the market that bear the logo of the 'Teuta' company and that form the basis of the Albanian consumer meals.

'TEUTA' BRANDS AT EVERY TABLE AND FOR EVERY REQUIREMENT

Today the company 'Teuta' counts 5 brands created to meet all consumer needs.

The company's first brand, created under the name **GOLD**, comes with 3 food lines which are sure to be found on every Albanian table. The first line created is that of **GOLD Rice** with a variety of choices, among which 4 Premium varieties such as Carnaroli, Arborio, Basmati and Parboiled. Another line is that of **GOLD Beans**,



shqiptar një miks të pasur nga ku të perzgjedhim, si dhe ka sjellë me pranë konsumatorit në të gjithë vendin produktin 100% shqiptar të fasules pllaqi.

Linja e tretë është **Vaji GOLD** i lulediellit i cili është perfekt për gatime të ndryshme.

Gama e gjerë e **SuperFoods** sjell një larmi produktesh të pasura me lëndë ushqyese që konsiderohen të jenë veçanërisht të dobishme për shëndetin dhe mirëqenien.

Ready Mix është linja me katër varietete miks të përgatitura me drithëra, fara dhe bishtaja, me plot proteina, hekur dhe fibra për tu konsumuar nga e gjithë familja. Të përshtatshme për tu gatuar në formën e supave, sallatave të ftohta verore apo risotto.

Easy Bake është miell special për të realizuar kek ose muffins me shijet vanilje apo çokolatë.

Një preparat i gatshëm miks ku ka brenda saj: miellin për kek, fryrësin, qumështin dhe shije vanilje/çokolatë. I thjeshtë, praktik dhe shumë i shijshëm.

Bio Energy e prodhuar në mënyrë artizanale ashtu siç do të përgatish vetë në kushte shtëpie recetat granola dhe muesli. Me mjaltë dhe pa ngjyruar artificialë.

Nën markën 'Teuta' mund të gjeni edhe kategori të tjera si: sardele, drithëra, produkte bishtajore, pluhura për gatim etj.

which has introduced to the Albanian market a rich mix to choose from, as well as bringing the 100% Albanian product of plallaki beans to the consumer all over the country.

The third line is the **GOLD Sunflower Oil** which is perfect for various cooking.

The wide range of **SuperFoods** bring various nutrient-dense foods that are considered to be particularly beneficial for health and well-being.

Ready Mix is a line with four varieties of mixes prepared with cereals, seeds and legumes, full of protein, iron and fiber to be consumed by the whole family. Suitable for cooking in the form of soups, cold summer salads or risotto.

Easy Bake is special flour for making cakes or muffins with vanilla or chocolate flavors. A ready-mix preparation containing: cake flour, baking powder, milk and vanilla/chocolate flavor. Simple, practical and very tasty.

Bio Energy artisanally produced as you would prepare your own granola and muesli recipes at home. With honey and no artificial colors.

Under the 'Teuta' brand you can also find other categories such as: sardines, cereals, legumes, cooking powders, etc.



FILIALET TEUTA

- **Zyra Qëndrore Durrës**
Zyra Qëndrore Durrës, hapur në vitin 1994 me adresë: Lagja 18. Rruga "Aleksander Goga" KP 2001. Durrës, Shqipëri
- **Filiali Fier**
Filiali Fier hapur në vitin 2014 me adresë: Rruga Nuredin Aliu, Unaza Fier
- **Filiali Tiranë**
Filiali Tiranë hapur në vitin 2016 me adresë: Rruga Petronini Luarasi, Kashar, Fushë Mëzezë, Tiranë, Shqipëri
- **Filiali Korçë**
Filiali Korçë hapur në vitin 2019 me adresë: Zona industriale, Rruga Eordeji, Korçë
- **Filiali Shkodër**
Filiali Shkodër hapur në vitin 2020 me adresë: Rruga 1 Qershori, Shkodër
- **Filiali Sarandë**
Filiali Sarandë hapur në vitin 2021 me adresë: Rruga Nacionale Delvinë-Sarandë, Ura e Bisticës, Sarandë

TEUTA BRANCHES

- **Durrës Headquarters**
Durrës Headquarters, since 1994 with address: Lagja 18. Rruga "Aleksander Goga" KP 2001. Durrës, Shqipëri
- **Fier Branch**
Fier branch opened in 2014 with address: Rruga Nuredin Aliu, Unaza Fier
- **Tirana Branch**
Tirana branch opened in 2016 with address: Rruga Petronini Luarasi, Kashar, Fushë Mëzezë, Tiranë, Shqipëri
- **Korça Branch**
Korça branch opened in 2019 with the address: Zona industriale, Rruga Eordeji, Korçë
- **Shkodra Branch**
Shkodra branch opened in 2020 with address: Rruga 1 Qershori, Shkodër
- **Saranda Branch**
Saranda branch opened in 2021 with address: Rruga Nacionale Delvinë-Sarandë, Ura e Bisticës, Sarandë



Kompania ‘Teuta’ përbëhet nga 6 lokacione në Republikën e Shqipërisë. Selia qendrore ndodhet në Durrës, ndërsa degët e tjera janë në: Tiranë, Korçë, Fier, Shkodër dhe Sarandë.

Kjo shpërndarje strategjike në të gjithë territorin, e ka fuqizuar më tej pozitën në treg të kompanisë ‘Teuta’.

PLOTËSIM I NEVOJAVE TË KONSUMATORIT

Nëpërmjet kanaleve të saj të komunikimit me publikun, ‘Teuta’ përqëndrohet në promovimin e një mënyre jetese të shëndetshme përmes ushqimeve të certifikuar bio, pa gluten, organike dhe pa laktozë. Ajo ofron një burim të pasur informacionesh për ata që kërkojnë të adoptojnë një stil jetese më të shëndetshëm dhe të balancuar, duke u fokusuar në produkte me përbërës natyralë dhe të sigurt.

Në llogaritë e tyre zyrtare paraqiten personazhe të ndryshme, si nutricionistë, kuzhinierë të specializuar dhe ekspertë të fushës, të cilët japin këshilla praktike për një ushqyerje të mirë.

‘Teuta’ Company consists of 6 locations in the Republic of Albania. The headquarters are located in Durrës, while the branches are located in: Tirana, Korça, Fier, Shkoda and Saranda.

This strategic distribution throughout the territory has further strengthened the market position of the ‘Teuta’ Company.

FULFILLMENT OF CUSTOMER NEEDS

Through its public communication channels, ‘Teuta’ focuses on promoting a healthy lifestyle through BIO certified, gluten-free, organic and lactose-free foods. It provides a rich source of information for those seeking to adopt a healthier and more balanced lifestyle. focusing on products with natural and safe ingredients.

Their official accounts feature various personalities, such as nutritionists, specialist chefs and experts in the field, who provide practical advice on good nutrition.

In addition to their nutrition and lifestyle

DOMATE TË MBUSHURA ME ORIZ

30-40 minuta



Presim domatet në mënyrë horizontale dhe i pastrojmë Brenda (sipas idesë së specave të mbushur). Në tigan shtojmë vajin e ullirit bashkë me hudhrën, mbushjen që i hoqëm domates dhe bizelet. Pasi hudhra të ketë marrë ngjyrë të florinjta, shtojmë erëzat dhe i lemë të ziejnë në lëngun e domates. I lemë këtë përgatitje të ftohet pak dhe ndërlikohet i shtojmë djathin parrmixhano dhe proshutën e prerë në kubë. Në fund mbushim domatet dhe i vendë në furnë për 15-20 min me 180 gradë.



PËRBERESIT

8 domate mesatare
100 gr proshutë e pjekur

200 gr Oriz Gold Eru



100 gr bizele
50 gr parrmixhano
Majlanaz
Serrçik
Piper
Hudhër
Kripë

Përveç këshillave të tyre mbi ushqimin dhe stilin e jetës, ata ndajnë ide kreative për receta të shëndetshme që i përshtaten një diete të përgatitur me përbërës natyralë, të sigurt dhe të përzgjedhur me kujdes.

Recetat përfshijnë alternativa për individët që ndjekin dieta pa gluten ose pa laktozë, duke ofruar një gamë të gjerë opsionesh ushqimore të shijshme dhe të shëndetshme. 'Teuta' na inkurajon të bëjmë zgjedhje të ndërgjegjshme ushqimore që mbështesin mirëqenien fizike dhe mendore, duke vendosur theksin mbi përfitimet afatgjata të një jetese të ekuilibruar.

E ARDHMJA PREMTON RRIJTJE DHE RISI

'Teuta' e 10 viteve të ardhshme do ti sjellë produktet e saj jo vetëm pranë konsumatorit Shqiptar në Shqipëri dhe USA, por edhe konsumatorit Ballkanas dhe më gjerë. Së shpejti do të sjellin në Shqipëri një investim të ri në teknologji

advice, they share creative ideas for healthy recipes that fit a diet prepared with natural, safe and carefully selected ingredients.

The recipes include alternatives for individuals following gluten-free or lactose-free diets, offering a wide range of delicious and healthy food options. 'Teuta' encourages us to make conscious food choices that support physical and mental well-being, emphasizing the long-term benefits of a balanced lifestyle.

THE FUTURE PROMISES GROWTH AND INNOVATION

'Teuta' of the next 10 years will bring its products not only to the Albanian consumer

VIZITONI FAQEN INSTAGRAM TË TEUTA COMPANY ME ANË TE QR KO
VISIT THE COMPANY'S INSTAGRAM PAGE USING THE QR CODE

VIZITONI FAQEN ZYRTARE TË TEUTA COMPANY ME ANË TË QR KOD
VISIT THE OFFICIAL WEBSITE OF TEUTA COMPANY BY QR CODE

dhe logjistikë, i cili do të jetë ndër më të avancuarit në Rajon. Për të vazhduar më pas me investime të të njëjtit lloj në tregje jashtë territorit Shqiptar, duke zgjeruar kështu hartën e aktivitetit dhe duke zgjeruar familjen e madhe.

in Albania and the USA, but also to the Balkan consumer and beyond.

Soon they will bring to Albania a new investment in technology and logistics, which will be among the most advanced in the Region. To then continue with investments of the same type in markets outside the Albanian territory, thus expanding the activity map and expanding the big family.

The image shows the Instagram profile for Teuta Company. The profile name is 'teutacompany' with 'Follow' and 'Message' buttons. It has 1,757 posts, 13.9K followers, and 1,827 following. The bio identifies it as a 'Food & Beverage' company, 'Gluten & Lactose Free', and provides details about its products, a recipe book, a store, and its location in Rr. Aleksander Goga, 2009. Below the bio are icons for 'Receta', 'Bloggers', 'Giveaway', 'foodbloggers', 'Fanart', 'E-Shop', and 'Pasta Garofalo'. The main content area shows a grid of posts: a woman in a blue suit, a building with the Teuta logo, a woman at a desk, a plate of food, a person drinking water, and a woman holding a product box. A QR code is overlaid on the bottom left of the collage.

ZGJERIMI I PORTOFOLIT, PARTNERITET ME MARKAT MË TË MIRA ITALIANE DHE MË SHUMË

'Teuta' është krenare të jetë në tregun Shqiptar sot me rreth 1,000 produkte, ndër të cilat pjesa më e madhe vijnë nga brandet partnere, ekskluzivitet i sjellë nga 'Teuta' në Shqipëri. Marka të mirënjohura italiane dhe jo vetëm, vijnë çdo ditë nga ekipi i 'Teuta' për konsumatorin Shqiptar me mbulim 100% të territorit. 'Teuta' është e lumtur që ka shumëfishuar jo vetëm numrin e produkteve për çdo markë, por edhe numrin e markave të cilat përfaqëson.

Brandet ekskluzive të 'Teuta' në treg, janë tashmë lider në kategoritë përkatëse në tregun Shqiptar dhe të mirënjohur nga konsumatori për cilësinë që ofrojnë. Me anë të një menaxhimi të kujdesshëm dhe efektiv të shpërndarjes në treg të produkteve nga brandet partnere, kanë arritur të jenë ndër distributorët më të suksesshëm në Rajon, duke konkuruar ndjeshëm dhe vende me popullata shumë më të mëdha si Kroacia dhe Serbia.

EXPANDING THE PORTFOLIO, PARTNERING WITH BEST ITALIAN BRANDS AND MORE

'Teuta' is proud to be on the Albanian market today with about 1,000 products, most of which come from partner brands, exclusivity brought in Albania by 'Teuta'. Well-known Italian brands and not only, come every day from the 'Teuta' team for the Albanian consumer with 100% coverage of the territory. 'Teuta' is happy to have multiplied not only the number of products for each brand, but also the number of brands it represents.

'Teuta's' exclusive brands in the market are already leaders in the respective categories in the Albanian market and well-known by consumers for the quality they offer. Through a careful and effective management of the market distribution of products from partner brands, they have managed to be among the most successful distributors in the Region, significantly competing with countries with much larger populations such as Croatia and Serbia.



HIDEKI NAKAMURA

Administrator i kompanisë "SEWS Cabind Albania"

Emri i kompanisë: SEWS Cabind Albania
Khiro e biznesit 2023: 40 milion EURO
Numri i punonjësve: 1303
Vendndodhja: Tiranë

HIDEKI NAKAMURA

Administrator of the company "SEWS Cabind Albania"

Company Name: SEWS Cabind Albania
Turnover 2023: 40 million EUR
No. of employees: 1303
Location: Tirana

Për një vend me nivel jo të lartë zhvillimi, e me probleme socio-ekonomike siç është Shqipëria, investimet e huaja në përgjithësi, e sidomos ato direktet, janë ilaç i mirë për t'i reduktuar këto probleme. Në këtë kuptim, çdo investim i huaj, pavarësisht llojit e shumës së investuar që realizohet në Shqipëri, është më se i mirëpritur. E sidomos investimet e huaja direkte. Në fundin e vitit 2019 grupi Sumitomo Electric Group hyri në Shqipëri nëpërmjet krijimit të kompanisë SEWS Cabind Albania. Viti 2020 ishte vit i ngritjes së plotë të kompanisë dhe i një aktiviteti në kushte të reduktuara si rrjedhojë e pandemisë së Covid-19 që pushtoi botën.

Funksionimin e plotë kompania e fitoi gjatë vitit 2021, kur mund të thuhet se realizoi një aktivitet normal, brenda pritshmërive, por jo brenda objektivave e qëllimeve që ka. Në vitin 2023, kompania e katërfishoi volumin e aktivitetit, ndonëse ka punuar vetëm me kapacitet 50 për qind. Nga viti 2021 në vitin 2023, SEWS Cabind Albania ka ngritur dy fabrika, duke arritur të punësojë deri më tani 1303 punonjës dhe është akoma në fazën e rekrutimit të stafit dhe trajnimit për procese

For a country with a not very high level of development and with socio-economic problems like Albania, foreign investments in general, and especially direct ones, are a good remedy to reduce these problems. In this sense, any foreign investment, regardless of the type and amount invested in Albania, is more than welcome, especially direct foreign investments. At the end of 2019, the Sumitomo Electric Group entered Albania through the establishment of the company SEWS Cabind Albania. The year 2020 was a year of complete establishment of the company and of reduced activity due to the Covid-19 pandemic that engulfed the world.

The company achieved full operation during 2021, when it can be said that it realized normal activity within expectations, but not within the objectives and goals it has. In 2023, the company quadrupled its activity volume, although it has only been operating at 50% capacity. From 2021 to 2023, SEWS Cabind Albania has established two factories, managing to employ up to 1303 employees so far and is still in the process of staff recruitment and training for various



të ndryshme të prodhimit në fabrika. Shitjet e saj kanë ardhur në rritje, ndonëse lajmi i keq i deritanishëm është se akoma kompania nuk ka filluar të prodhojë fitim. Se sa rëndësi ka aktiviteti i kompanive si Sews Cabind Albania e tregon jo vetëm impakti social i veprimtarisë së saj sa i takon numrit të të punësuarve, por njëkohësisht edhe kontributi që jep kompania në krijimin e

production processes in the factories. Its sales have been increasing, although the bad news so far is that the company has not yet begun to generate profit. The importance of the activity of companies like SEWS Cabind Albania is shown not only by the social impact of its activity concerning the number of employees but also by the company's contribution to





një grupi punonjësish të trajnuar profesionalisht, pa llogaritur këtu faktin se kompani të tilla as që bëhet fjalë të aplikojnë punë në të zezë, gjë që me biznesmenët shqiptarë ndodh rëndom.

Kompania është e specializuar në prodhimin e instalimeve elektrike për sektorin automotiv, ashtu sikurse është i gjithë Grupi Sews Cabind me 8 fabrika prodhimi dhe me 9000 të punësuar

creating a group of professionally trained employees, not to mention the fact that such companies do not even consider engaging in undeclared work, something that is common among Albanian businessmen.

The company specializes in the production of electrical installations for the automotive sector, as does the entire SEWS Cabind Group



gjithsej. SEWS-CABIND Albania është bërë kompania e parë dhe më e madhe e prodhimit të telave në zonën e Tiranës. Kompania synon të shfaqet si një pikë interesi për njerëzit që mbarojnë shkollën e mesme dhe diplomohen nga universiteti, e që janë të etur për të zhvilluar ekspertizë në sektorin industrial.

SEWS CA prodhon kryesisht pajisje për tela për projektet aktuale dhe të ardhshme të klientëve të vet, duke mbështetur kështu të gjitha vendet e tjera të prodhimit të SEWS CABIND Group në zhvillimin e biznesit.

Si të gjitha kompanitë SEWS-CABIND, ato janë të përkushtuara për të adoptuar konkretisht parimet e SEG jo vetëm në drejtim të proceseve të prodhimit, por edhe në krijimin e Ekipit të ri me Sumitomo Spirit që në fillim. Ata do të përpiqen të jenë pjesë e integruar e komunitetit lokal, duke ndihmuar rritjen e tij në një marrëdhënie harmonike reciproke.

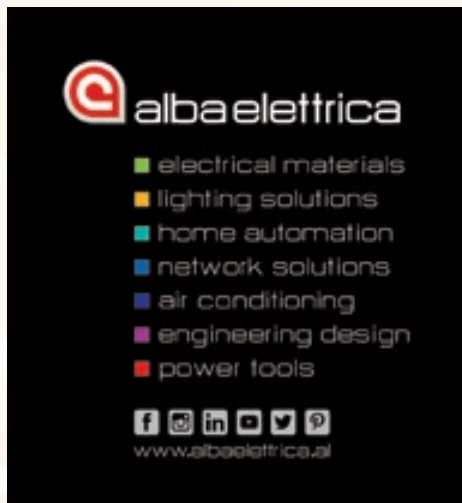
SEWS Cabind Albania është në procesin e rritjes së qëndrueshme dhe ky është edhe një lajm i mirë, por edhe një dëshirë e urim i të gjithë shqiptarëve. Sepse ecuria e mirë e aktivitetit të saj, përveçse perspektivë e mirë për të punësuarit, është edhe mesazh ftese për investitorë të tjerë potencialë të kësaj kategorie.

with 8 manufacturing plants and a total of 9000 employees. SEWS-CABIND Albania has become the first and largest wire manufacturing company in the Tirana area. The company aims to emerge as a point of interest for people who finish high school and graduate from university, and who are eager to develop expertise in the industrial sector.

SEWS CA primarily produces wire equipment for its current and future client projects, thereby supporting all other SEWS CABIND Group production sites in business development.

Like all SEWS-CABIND companies, they are committed to concretely adopting SEG principles not only in terms of production processes but also in creating the new Team with the Sumitomo Spirit from the beginning. They will strive to be an integrated part of the local community, helping it grow in a harmonious reciprocal relationship.

SEWS Cabind Albania is in the process of sustainable growth, and this is good news, as well as a wish and blessing from all Albanians. Because the good progress of its activity, besides being a good prospect for employees, is also an invitation message for other potential investors of this category.



KOMPANIA ALBAELETTRICA

Ne Vendosim Standardet

Emri i kompanisë: Albaelettrica
Xhiro e biznesit 2023: 39 milionë EURO
Numri i punonjësve: 150
Vendndodhja: Tiranë

ALBAELETTRICA COMPANY

Setting the Standards

Company name: Albaelettrica
Turnover 2023: 39 million EUR
No. of employees: 150
Location: Tirana

Albaelettrica, e themeluar në vitin 1993, është një partner i besueshëm i zinxhirit të furnizimit me materiale elektrike, civile dhe industriale në Shqipëri. Me një përvojë të pasur në projektimin, mirëmbajtjen dhe instalimin e sistemeve elektrike, Albaelettrica ka arritur të bëhet një pikë referimi për kompanitë që operojnë në sektorët e instalimeve elektrike, ndriçimit, kondicionimit, veglave të punës, sistemeve të automatizimit, sistemeve të fiksimit etj, duke garantuar cilësi dhe efikasitet në çdo projekt.

Me kalimin e viteve, Albaelettrica ka zgjeruar aktivitetin e saj dhe shtrirjen gjeografike duke u bërë prezente me një filial në Vlorë dhe Prishtinë.

Përmes një ekipi profesionistësh prej më shumë se tre dekadash, Albaelettrica vazhdon të dallohet për dedikimin e saj në ofrimin e shërbimeve cilësore. Me një vizion të qartë për të ardhmen dhe një angazhim për përmirësim të vazhdueshëm, Albaelettrica mbetet lider në industri, duke bërë diferencë jo vetëm në Shqipëri, por edhe në Kosovë.

Albaelettrica, founded in 1993, is a reliable supply chain partner for electrical, civil and industrial materials in Albania. With a rich experience in the design, maintenance and installation of electrical systems, Albaelettrica has managed to become a point of reference for companies operating in the sectors of electrical installations, lighting, air conditioning, power tools, automation systems, fixing systems, etc. guaranteeing quality and efficiency in every project.

Over the years, Albaelettrica has expanded its activity and geographical scope by becoming present with a subsidiary in Kosovo as well. Through a team of professionals of more than three decades, Albaelettrica continues to stand out for its dedication to providing quality services. With a clear vision for the future and a commitment to continuous improvement, Albaelettrica remains a leader in the industry, making a difference not only in Albania, but also in Kosovo.

Adresa: Head Office & Central Warehouse
 Autostrada Tirane-Durres, km 8
 T +355 4 240 6633
 F +355 4 240 6634
 @albaelettrica.al
 www.albaelettrica.al

Adresa: Head Office & Central Warehouse
 Autostrada Tirane-Durres, km 8
 T +355 4 240 6633
 F +355 4 240 6634
 @albaelettrica.al
 www.albaelettrica.al

ABB

Teknologjia Lider
në paisjet elektrike
dhe automatizimin



VLERA QË SIGUROJNË QËNDRUESHMËRI

Në një botë gjithnjë në ndryshim, siguria dhe cilësia e materialeve elektrike janë më të rëndësishmet. Ne jemi partneri kryesor për furnizimin e materialeve elektrike, duke ofruar gjithashtu shërbim të plotë dhe efektivë për të plotësuar edhe nevojat më specifike. Qëllimi ynë është të sigurojmë një rrjet të gjithanshëm partnerësh europian, duke shfrytëzuar një strukturë logjistike të mirëorganizuar për të garantuar që kërkesat e bashkëpunëtorëve tanë të përbushen në kohë. Stafi ynë i departamentit të shitjes është gjithnjë i gatshëm për të ofruar mbështetje dhe këshillim me shkallë të lartë profesionalizmi në çdo fazë të projektit tuaj. Aftësitë e shkëlqyera, përkushtimi i palodhur dhe atmosfera pozitive në ambientin tonë të punës nga 150 punonjës kanë rezultuar në një sukses të jashtëzakonshëm, me shitje që kapën shumën prej 39 milion Eurosh gjatë vitit 2023. Në Albaelettica, ne e shohim çdo bashkëpunëtor si një mundësi për të krijuar një marrëdhënie të suksesshme dhe për të kontribuar në suksesin e tij të ardhshëm.

PARTNERITETE AFATGJATË

Prej vitesh, Albaelettica ruan partneritete të qëndrueshme me furnitorë nga vende të ndryshme europiane, duke u bazuar në një qëllim të përbashkët: plotësimin e kërkesave të tregut.

Këta partner garantojnë jo vetëm siguri në furnizim, por gjithashtu mundësojnë që ne të ofrojmë produkte që përputhen përsosmërisht me kërkesat e klientëve tanë.

Me një fokus të qartë në nevojat specifike të profesionistëve shqiptar, Albaelettica përzgjedh

VALUES THAT ENSURE SUSTAINABILITY

In an ever-changing world, the safety and quality of electrical materials are most important. We are the main partner for the supply of electrical materials, also offering a complete and effective service to meet even the most specific needs. Our goal is to provide a comprehensive network of European partners, utilizing a well-organized logistics structure to guarantee that the requirements of our partners are met on time. Our sales department staff is always ready to provide support and advice with a high degree of professionalism at every stage of your project. The excellent skills, tireless dedication and positive atmosphere in our work environment of 150 employees have resulted in a remarkable success, with sales reaching the amount of 39 million Euros during 2023. At Albaelettica, we see every associate as an opportunity to create a successful relationship and contribute to his future success.

LONG-TERM PARTNERSHIPS

For years, Albaelettica maintains stable partnerships with suppliers from different European countries, based on a common goal: meeting market requirements. These partners guarantee not only security of supply, but also enable us to offer products that perfectly match our customers' requirements. With a clear focus on the specific needs of Albanian professionals, Albaelettica rigorously selects efficient products that are designed to meet the challenges and demands of their daily work. Delivering reliable products is our priority, and

me rigorozitet produkte efikase, që janë të dizajnuara për të përmbushur sfidat dhe kërkesat e punës së tyre të përditshme. Dorëzimi i produkteve të besueshme është prioriteti ynë, dhe mbështetemi në partneritetet tona për të siguruar që çdo profesionist të ketë mjetet e nevojshme për të arritur suksesin në fushën e tij.

SEKTORI I MATERIALEVE ELEKTRIKE

Portofoli i plotë me të gjitha llojet e materialeve elektrike na bën shpërndarësin më të rëndësishëm të këtyre produkteve. Bashkëpunimi shumëvjeçar me firmat më të njohura të prodhimit të tyre na ka dhënë mundësi të ofrojmë cmimet me konkuruese në tregun shqiptar. Aktualisht Albaelettrica është përfaqësues i vetëm i autorizuar për tregun shqiptar i brandeve europiane të prodhimit të materialeve elektrike si: ABB, General Cavi, Palazzoli, AVE, Weidmuller, DKC, etj. E gjithë kjo është arritur falë kërkesës tonë për cilësi në përzgjedhjen e produkteve si dhe konsulencës profesionale që ofrohet nga një ekip ekspertësh të kualifikuar.

VENTILIMI DHE AJRI I KONDICIONUAR

Komoditet në çdo ambient, në çdo stinë të vitit! Portofoli i markave të sektorit të ventilimit dhe ajrit të kondicionuar në Albaelettrica ofron cilësi optimale të ajrit për çdo hapësirë industriale dhe rezidenciale duke minimizuar konsumin e energjisë. Gama e produkteve të markave si: Mitsubishi Heavy Industries, Hokkaido, York, Multiwarm, Vortice sigurojnë një ekuilibër të përsosur midis cilësisë së ajrit të brendshëm, lagështisë dhe temperaturës, duke krijuar një mjedis të shëndetshëm dhe të rehatshëm. Angazhimi ynë për cilësinë, performancën dhe qëndrueshmërinë na bën një partner të besueshëm për arkitektët, inxhinierët dhe pronarët e ndërtesave që kërkojnë të krijojnë hapësira komode, të shëndetshme dhe me efikasitet energjie. Duke zgjedhur Albaelettrica, mund të jeni të sigurt se po merrni një zgjidhje të besueshme, efikase dhe miqësore me mjedisin që plotëson nevojat tuaja specifike të ventilimit dhe ajrit të kondicionuar, duke reduktuar gjithashtu kostot e energjisë.

we rely on our partnerships to ensure that every professional has the tools they need to succeed in their field.

ELECTRICAL MATERIALS SECTOR

Our complete portfolio of electrical materials makes us the most important distributor of these products. The long-term cooperations with the most well-known companies has given us the opportunity to offer the most competitive prices in the Albanian market. Currently, Albaelettrica is the only authorized representative for the Albanian market of European brands of electrical materials such as: ABB, General Cavi, Palazzoli, AVE, Weidmuller, DKC, etc. All this has been achieved thanks to our demand for quality in the selection of products as well as the professional consultancy offered by a team of qualified experts.

VENTILATION AND AIR CONDITIONING

Comfortable in any environment, in any season of the year! Albaelettrica's portfolio of ventilation and air conditioning sector offers optimal air quality for any industrial and residential space while minimizing energy consumption. The product range of brands such as: Mitsubishi Heavy Industries, Hokkaido, York, Multiwarm, Vortice ensure a perfect balance between indoor air quality, humidity and temperature, creating a healthy and comfortable environment. Our commitment to quality, performance and sustainability make us a trusted partner for architects, engineers and



NDRIÇIMI

Albaelettica ofron përgjigjen perfekte me variantet e sofistikuar të ndriçuesve të dizenuar nga dizajnerët e njohur evropianë, si për ambientet e jashtme ashtu edhe për ato të brendshme. Për më tepër, një nga pikat më të forta është konsulenca e arkitektëve të përkushtuar në krijimin e projekteve të ndriçimit dhe zgjedhjen e ndriçuesve të duhur, duke eliminuar kostot e panevojshme. Duke ofruar një qasje gjithëpërfshirëse për projektimin e ndriçimit, ekipi ynë i arkitektëve të ndriçimit siguron që çdo detaj i projektit të merret në konsideratë, nga efikasiteti i energjisë deri tek dukja estetike. Kjo vëmendje ndaj detajeve na mundëson të ofrojmë zgjidhje të përshtatura që përbushin pritshmëritë e klientëve tanë. Pavarësisht nëse është një hapësirë banimi, komerciale ose publike, konsulentët e Albaelettica në showroomin Temple by Albaelettica të dedikuar vetëm për ndriçimin garantojnë një ambient unik dhe tërheqës.

VEGLA PUNE DHE SISTEME FIKSIMII

Milwaukee, një markë lider në tregëtimin e veglave të punës, ka qenë një partner i besuar prej vitesh, duke u ofruar profesionistëve shqiptarë një gamë të gjerë veglash që minimizojnë kohën e realizimit të punës. Milwaukee është përkushtuar për të fuqizuar profesionistët për të pasur më shumë efikasitet. Nga ky partneritet gjithnjë e më i konsoliduar Albaelettica mundëson për tregun shqiptar një portofol të gjerë prej qindra veglash edhe për kërkesat më specifike. Jemi krenarë që numërojmë mijëra përdorues besnikë të Milwaukee në Shqipëri. Krahas cilësisë së lartë të veglave të punës për tregun shqiptar ofrojmë edhe sistemet e fiksimit të markës Friulsider, të cilat janë të njohura për rezistueshmëri dhe siguri maksimale. Veglat e punës dhe sistemet e fiksimit janë instrumente të rëndësishme në sektorët ku operojme, ndaj kemi zgjedhur pikërisht këto brande të cilat nuk bëjnë kompromis me cilësinë që ofrojnë.

AUTOMATIZIMI I GODINËS, ZYRËS APO SHTËPISË

Sistemet automatike të ambienteve janë teknologjia më e fundit. Këto sisteme mundësojnë



building owners looking to create comfortable, healthy and energy-efficient spaces. By choosing Albaelettica, you can be sure that you are getting a reliable, efficient and environmentally friendly solution that meets your specific ventilation and air conditioning needs, while also reducing energy costs.

LIGHTING SOLUTION

Albaelettica offers the perfect answer with sophisticated lighting variants designed by world - renowned designers, both for outdoor and indoor environments. In addition, one of the strongest points is the consulting of architects dedicated to creating lighting projects and choosing the right luminaires, eliminating unnecessary costs. Offering a comprehensive approach to lighting design, our team of lighting architects ensures that every detail of the project is considered, from energy efficiency to aesthetic appeal. This attention to detail enables us to offer tailored solutions that meet our customers' expectations. Whether it is a residential, commercial or public space, Albaelettica consultants at the Temple by Albaelettica showroom dedicated only to lighting guarantee a unique and attractive environment.

POWER TOOLS AND FIXING SYSTEM

Milwaukee, a leading brand in the trade of power tools, has been a trusted partner for years, offering Albanian professionals a wide range of tools that minimize the time of work and maximize the users safety. Milwaukee is dedicated to empowering professionals to be more efficient. From this increasingly

që këto ambiente të jenë të rehatshme, inteligjente dhe më e rëndësishmja, të sigurta. Me vetëm disa klikime, ju mund të kontrolloni ndriçimin, temperaturën dhe sigurinë e shtëpisë tuaj nga kudo dhe në çdo kohë. Imagjinoni të ktheheni në shtëpi në një atmosferë të ngrohtë dhe mikpritëse, ose të merrni njoftime në telefonin tuaj kur dikush hyn ose del nga shtëpia juaj.

Këto sistemet të automatizuara që ofrojnë paqe mendore dhe komoditet, në Albaelettica ofrohen nga brande europiane si Came, AVE, ABB etj. Pavarësisht nëse jeni duke kërkuar të përmirësoni shtëpinë tuaj ekzistuese ose të ndërtoni një të re, në Albaelettica do të gjeni zgjidhje inovative që do të përshtaten për nevojat dhe preferencat tuaja specifike.

PROJEKTIM INXHINIERIK

Projektimi i specializuar ofrohet në shumë fusha të inxhinierisë elektrike që nga instalimet civile dhe industriale, deri tek impiantet speciale si mbrojtja kundër viedhjes, kundër zjarrit, CCTV, TV-SAT, Videocitofoni, Home Automation, BMS, Scada etj. Misioni ynë, si në të gjitha fushat e tjera që ne operojmë, është të ofrojmë cilësinë më të mirë të shërbimeve profesionale për klientët tanë, në një mjedis të kënaqshëm për ta, duke pasur qillim kryesor standardet, cilësinë, buxhetin dhe zbatimin me përpikmëri të projekteve. Staf i ynë garanton përpikmëri dhe bashkëpunim të ngushtë me klientin në çdo hap të projektit dhe janë të kualifikuar për të kryer dizejnimin dhe instalimin e impianteve të ndryshme, që nga ato të theshtat e deri tek më të nderlikuarat, në të gjitha nivelet e licensuara.

consolidated partnership, Albaelettica provides the Albanian market with a wide portfolio of hundreds of tools even for the most specific requirements. We are proud to count thousands of loyal Milwaukee users in Albania. In addition to the high quality of power tools for the Albanian market, we also offer Friulsider fixing systems, which are known for maximum durability and safety. Power tools and fixing systems are important instruments in our field of operation, therefore we have chosen these brands that do not compromise with the quality.

BUILDING, OFFICE AND HOME AUTOMATION

Automation systems are the latest technology. These systems enable premises to be comfortable, intelligent and most importantly, safe. With just a few clicks, you can control the lighting, temperature and security of your home from anywhere and anytime. Imagine coming home to a warm and welcoming atmosphere, or getting notifications on your phone when someone enters or leaves your home. These automated systems that offer peace of mind and comfort, in Albaelettica are offered by European brands such as Came, AVE, ABB etc. Whether you are looking to improve your existing home or build a new one, at Albaelettica you will find innovative solutions that will be tailored to your specific needs and preferences.

ENGINEERING DESIGN

Specialized electrical designing is being offered in most aspects of electrical engineering from civil & industrial installations to special equipment such as anti-theft systems, fire protection, CCTV, TV-SAT, Video Door Intercom systems, Home Automation, BMS, SCADA and so on. Our Mission as in all other fields in which we operate, is to offer the best quality of professional services to our clients for a pleasant environment, aiming for safety, quality, affordability and accuracy in design implementation. Our staff guarantees close cooperation with clients on every step of



NETWORK SOLUTIONS

Ne e bëjmë të thjeshtë për klientët tanë që të ndërtojnë dhe të menaxhojnë pralinë e tyre në rrjet. Jemi përqëndruar në ndihmën që i japim bizneseve, enteve publike apo private, rrjeteve civile dhe industriale të përbushin nevojat e tyre për shpejtësinë dhe sigurinë e informacionit.

Aftësia krijuese dhe puna e palodhur e punonjësve tanë u ka mundësuar klientëve që, nëpërmjet zgjidhjeve profesionale për rrjetet LAN, të përmirësojnë dhe të rrisin efikasitetin në bizneset e tyre. Materialet që ne ofrojmë si Fibrat Optike, Kabllot LAN, Sistemet e Telefonise, Panelet RACK, UPS etj, ndihmojnë klientët tanë të ndërtojnë apo zgjerojnë aktivitetet e tyre duke përmirësuar cilësinë e komunikimit dhe përshpejtuar progresin.

the way, and they are qualified to design and implement electrical systems of all sizes, from minor ones to the most complex - in all licensed categories.

NETWORK SOLUTIONS

We make it easy for our clients to build and manage their presence online. We're focused on the help we give to businesses, private or public entities, civil or industrial networks to fulfill their needs for self-reliance, fast and secure data. Our staff's creativity and hard work provides our clients with professional solutions for LAN networks. The products we offer, such as Optical Fibers, LAN Cables, Phone Systems, RACK Pannels, UPS and more, help our clients build or expand their enterprises improving the quality of communication and speeding up progress.

PROJECTS CV

2023

- Maternity Hospital "Queen Geraldine"
- EuroSteel Implant
- National Children's Cultural Center and Puppet Theatre
- Green Valley Residences
- TIA (Supply)

2022

- Dermolife
- Nato Airfield
- Berdica Cement
- Delmon Group, Process ind. Panels
- Albsafety crane
- Lion Park
- Skena teatrale, Akademia e arteve

2021

- Le Spot HQ
- Melia Hotel
- Square 21 Albletecom
- Mangalem 21
- Step Shopping center & Residence

2020

- TGeneral Medicine Hospital
- TOB Stage Automation Panels
- Lighting of "Parku Rimia"
- Credins Bank Branches (Albania and Kosovo)
- QSUT Diagnostics Laboratories

2019

- TAP Bllisht and Fier
- National Stadium LV panels

- Agroferma Sauk
- Credins Bank branches
- Smart Grid Vlora, Phase 2
- Nations Road tunnel rehabilitation and upgrade
- Brunes HQ and showroom upgrade

2018

- "Nations Road" toll infrastructure and booths.
- 400/220 KV Substation Koman
- Installation of the first Waste To Energy Plant of 2.3MW energy in Albania
- Smart Grid on distribution System Tirana & Durrësi
- Smart Grid on distribution System Vlora First Phase
- Revamping of existing 55 110 KV on Memaliaj

2017

- 110KV Plant Rehabilitation - Memaliaj Substation
- Phase I: Installation & fitting of Control System - Vlora Network

2016

- Millennium Business Center
- Rrapuni Hydro Power Plant
- Substation Tirana Upgrade Phase 2
- Smart Grid Project of 30 Transformer Points
- Dispatching Center of Tirana City
- Dhërmi Substation

2015

- HPP Substation Langanica
- Substation Tirana 1 upgrade

- WWTP 10 Station Durrës Scada
- WWTP Kavajë automation panels
- HPP Nishovë Scada
- Mak Albania Resort Renovation
- Trikot Shkodra, Expansion

2014

- ENK Raiffeisen Bank Prishtina, Kosovo
- Zara
- Bershika
- Indetex TEG (low voltage installations)
- OST Dispatch Center
- HPP SS Tërnova
- Ambassador III (co2 alarm and tv/sat systems)
- Bankers Petroleum Decanter Plant, Scada

2013

- Durrës Port Authority Maintenance
- Splendor Hotel, Dhërmi
- Facile.it Call Center
- Albstar Offices
- SAR OTEL
- Alglas Warehouse
- Shëngjin Harbour
- HPP Rrapuni
- Kalata 10, Durrës Harbour
- HPP Vlushë
- MEGA Distribution Warehouse
- University of Tirana, Campus Project
- Water Supply Utility, Bllisht Scada
- HPP Hidro Energy Pulita, Përmet
- HPP Trebisht

2012

- Tirana Business Park

- Ambassador II
- ARMO Oil Company
- BANKERS Petroleum Drivers panels pumps
- BANKERS Petroleum Offices
- Aquila Liquori

2011

- Jumbo, Neptun & Fashion Group Shops
- Rolling Hills Village
- Hydro Power - ASHTA, Albania
- Sea Salt Albania

2010

- Plus Communication Offices
- Titan - Antea Cement sh.a.
- Hydro Power Central, Lanabregas - Albania
- Trebeshina Mineral Water

2009

- Hygeia Hospital - Tirana
- Green Bazar - Podgorica

2008

- Diplomat Medical Clinic - Tirana
- DM & S Center - Tirana
- Globe Center - Tirana
- Trikot - Shkodra
- Vesa Center - Tirana

2007

- Hydro Power Central, Koman - Albania (rehabilitation)

2006

- Kukës Airport - Albania

2004

- Upgrading and Automation in Medium Voltage Network for 52 Transformer Points
- Head Quarter of NATO - Prishtina
- Lulis Flour Mill - Tirana

2003

- BMW Salon - Tirana

2002

- Sheraton Hotel - Tirana

2001

- Butrinti Hotel - Saranda

2000

- Durrës Port Authority
- Attorney General Office - Tirana
- Top Albania Radio
- Prime Minister Office of Albania

1999

- Taxi Way - Mother Theresa Airport - Tirana
- Bicap - Shoe Factory

1998

- Touristic Village - Golem
- Harry Fultz - Technical School - Tirana

1997

- OSCE Offices - Tirana

1996

- USA Embassy - Tirana
- National Bank of Greece - Tirana



GENTIAN KARAJ

*Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë
"Albanian Motor Company"*

Khiri e biznesit 2023: 38 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +30
Numri i punonjësve: 40
Vendndodhja: Tiranë

GENTIAN KARAJ

*General Director of
"Albanian Motor Company"*

Turnover 2023: 38 million EUR
Difference in % 23/22: +30
No. of employees: 40
Location: Tirana

Biznesi shqiptar ka arritur tashmë në atë stad, ku ankthi i trashëgimisë menaxhuese të kompanive është i pranishëm tek biznesmenët, pasi shumë prej tyre kanë krijuar kompani të forta, të cilat i dëshirojnë të jenë edhe afatgjata në treg. Mendimi i shumë ekspertëve është se Shqipërisë i ka ardhur koha që të formojë klasën e menaxherëve. Në fakt, shembuj pozitivë që tregojnë edhe mënyrën e duhur të funksionimit të kompanive me menaxherë në krye të tyre ka. Po qe se do të ilustronim konkluzionin nëpërmjet një shembulli domethënës, emri i parë që na vjen ndër mend është Gentian Karaj, Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë "Albanian Motor Company". Me një karrierë reale në biznesin e shitjes së makinave, duke qenë fillimisht menaxher shitjesh, ai fitoi besimin për të qenë në krye të kompanisë së shitjes së makinave Ford dikur. Pra fitoi mundësinë për të treguar potencialin e tij menaxhues, gjë që në analizë të fundit do të konkretizohej në performancat e kompanisë.

Albanian business has now reached a stage where the concern about managerial legacy is evident among businessmen, as many have established strong companies aiming for long-term presence in the market. Many experts believe it is time for Albania to cultivate a class of managers. Indeed, there are positive examples demonstrating the proper way to run companies with effective management at their helm. To illustrate this point concretely, one of the first names that comes to mind is Gentian Karaj, General Director of "Albanian Motor Company". With a real career in car sales, starting as a sales manager, he earned trust to lead the former Ford dealership. He seized the opportunity to showcase his managerial potential, which ultimately translated into the company's performance. It should be noted that when Gentian Karaj took over "Albanian Motor Company", it was not among the prominent companies in the new car sales and service sector. However, the hierarchy in this business is fluid. It is adaptable. Nevertheless,



Duhet theksuar se kur Gentian Karaj u vendos në krye të kompanisë ku është edhe aktualisht, “Albanian Motor Company” nuk ishte ndër kompanitë kryesore të sektorit të shitjes së makinave të reja dhe servisit të tyre. Megjithatë, hierarkia në këtë biznes është e luhatshme. Është e lëvizshme. Mirëpo me “Albanian Motor Company” ndodhi një dukuri e pëlqyeshme dhe e lavdërueshme. Ajo filloi të përmirësojë vit pas viti performancat e saj sipas rregullit ku gjithmonë performanca në vitin pasardhës ishte më e mirë dhe tejkaluese e performancës së vitit paraardhës. Kjo dinamikë aktiviteti e shndërroi “Albanian Motor Company” në kompanitë kryesore të tregut shqiptar, duke regjistruar çdo vit risi të reja dhe duke përmirësuar efektivitetin e saj, për të ardhur në vitin 2023, kur regjistrohet një nga performancat më spektakolare të saj, kur kalon për herë të parë limitin e 1000 makinave të shitura. Ky limit është kaluar edhe një herë tjetër, për hir të së vërtetës, në vitin 2008, por që atëherë asnjë kompani nuk i afrohej këtij numri. Kurse “Albanian Motor Company” arriti të shesë rreth 1100 makina gjatë vitit 2023, një numër kyqë, së bashku me servisin ose shitjen e aksesorëve të tjerë, mundësoi që kjo kompani të realizonte një xhiro prej rreth 38 milionë eurosh. Me këtë rezultat të arritur gjatë vitit të kaluar, Albanian

“Albanian Motor Company” experienced a commendable and praiseworthy phenomenon. Year after year, it began to improve its performance according to a rule where each subsequent year’s performance surpassed the previous year’s. This dynamic transformed “Albanian Motor Company” into one of the leading companies in the Albanian market, consistently introducing innovations and enhancing its efficiency. In 2023, it achieved one of its most spectacular performances by surpassing the milestone of selling 1,000 cars for the first time. This threshold was previously exceeded in 2008, but since then, no company had come close to this number. “Albanian Motor Company” managed to sell around 1,100 cars in 2023, alongside their service and accessory sales, culminating in a turnover of approximately 38 million euros. With such achievements in the past year, “Albanian Motor Company” is undoubtedly one of the top three companies in the new car sales sector.

The year 2023 also marked a significant milestone for the company with the introduction of the new MG brand. Selling approximately 420 units in 2023, it became the top-performing new car brand in Albania’s automotive business history, surpassing distributor expectations. Prior to this acquisition, it was another strategic move by the company’s management, who integrated

Motor Company” është pa asnjë mëdyshje, një ndër 3 kompanitë kryesore të sektorit të shitjes së automjeteve të reja.

Viti 2023 ishte edhe viti i goditjes në shenjë nga ana e kompanisë, nëpërmjet brandit të ri që ajo ka marrë së fundmi të MG. Me rreth 420 ekzemplarë të shitur gjatë vitit 2023, ajo bëhet marka e makinave me vitin e parë më të mirë në historinë e biznesit të automjeteve në Shqipëri, duke tejkaluar kështu edhe pritshmëritë e distributorëve të saj. Para marrjes së saj ishte një tjetër manovër e drejtuesve të kompanisë, të cilët i bashkëngjiten markës historike të tyre, Fordit, edhe atë të Hyundaiit. Të gjitha këto manovra, pra shtimi i brandeve, krijimi i raporteve të duhura cilësi-çmim, stoku i makinave, pasja e makinave për çdo shtresë popullore, përmirësimi i shërbimit karshi klientit, e kthyen “Albanian Motor Company” në koncensinaren kryesore në treg, një nga dyert ku trokasim më së shumti klientët që dëshirojnë të blejnë një makinë të re apo edhe të përdorur.

Nga çfarë thamë më lart është e qartë se viti 2023 ka qenë tejet i suksesshëm për kompaninë që kujdeset për markat Ford, Hyundai dhe MG. Janë xhiroja e biznesit, përfitueshmëria, dinamika e aktivitetit krahasuar me vitin paraardhës ato që e vërtetojnë këtë fakt. Por ama nuk ka qenë një sukses i lehtë, sikurse mund të krijohet përshtypja. Përkundrazi, ka qenë sukses i arritur mes shumë e shumë vështirësish. Sepse historikisht dhe sistematikisht biznesi i makinave të reja në Shqipëri ka qenë biznes me problematika të mëdha, ku të qenit përfaqësues i një kompanie të mirënjohur ndërkombëtare makinash kthehet në dizavantazh të madh, sepse je i ekspozuar kundrejt rregullave



their historic Ford and Hyundai brands. These maneuvers—brand expansions, establishing appropriate quality-price relationships, maintaining vehicle stocks, catering to all customer segments, and enhancing customer service—solidified “Albanian Motor Company” as the primary automotive dealer, a preferred destination for customers looking to purchase new or used cars.

From the above, it is clear that 2023 was highly successful for the company handling Ford, Hyundai, and MG brands. Business turnover, profitability, and activity dynamics compared to the previous year substantiate this fact. However, it was not an easy success, as one might assume. On the contrary, it was achieved amidst numerous challenges. Historically and systematically, the new car business in Albania has faced significant issues, where representing a renowned international car company can become a major disadvantage due to mandatory application rules and standards. Moreover, fierce and unfair competition in this sector is at its peak. New car trading businesses



dhe standardeve të detyrueshme për aplikim, ndërkohë që konkurenca e pandershme në këtë sektor është në kulm. Bizneset që merren me tregtimin e makinave të reja nuk po rreshtin së përballuri me atë që quhet konkurrencë e pandershme dhe e padrejtë në këtë treg.

Deri para disa viteve, problemi i tyre ishin makinat tejet të përdorura, me moshë 20-25 vjeçare, që importoheshin nga vende të ndryshme të Europës, jashtë standardeve. Duke krijuar kështu problematikë për vendin, por edhe për përfaqësitë e makinave të reja. Të gjitha kompanitë e tregtimit të makinave të reja së bashku nuk kanë mundur të kalojnë numrin e 3 mijë makinave deri para pak vitesh. Kurse tani jemi në kushtet e një realiteti të ri, ku disa operatorë tregu janë zëvendësuar me disa të tjera, ku makinat elektrike janë bërë pjesë e rëndësishme e veprimtarisë së këtyre koncesionareve, duke arritur deri në mbi 30 për qind të numrit të përgjithshëm të shitjeve.

Por problemet mbeten të vjetra. Konkurenca e padrejtë dhe e pandershme është një nga arsyt kryesore pse sektori i shitjes së makinave të reja paraqet këtë tablo që ka aktualisht. Pra, ku numri total i makinave të shitura është rreth 4000 për vitin 2023 dhe pjesa dërrmuese e këtij numri shitjesh është e realizuar prej 3-4 kompanish. Dhe përveç të tjerave, “kali” kryesor me të cilën konkretizohet kjo konkurrencë janë makinat kineze të destinuara vetëm për tregun kinez.

Konkurenca e tillë është sigurisht e padrejtë për një koncesionar zyrtar, i cili detyrohet të përmbushë të gjitha standardet që kërkojnë markat e automjeteve, si në faciletë, ndërtesa, hapësira, trajnim dhe numër të përcaktuar stafi, i cili mundëson qindra vende pune në ekonominë tonë, për të ofruar shërbimin e kërkuar nga ‘franchise’, produktin e standardeve të përcaktuara për tregun Europian, si dhe garancinë e dhënë nga prodhuesi i këtij produkti.

Përballë koncesionarit zyrtar, pozicionohet një shitës ambulant, shpeshherë me një ‘kasolle’ ku ka vetëm një tavolinë, një laptop dhe një roje, dhe ky shitës pretendohet se po shet dhe po përfaqëson markat prestigjioze botërore automjete!

continually confront what is termed unfair and relentless competition in this market.

Until a few years ago, their primary issue was the influx of excessively used cars, aged 20-25 years, imported from various European countries, falling short of standards. This created complications for the country and new car dealerships alike. All new car trading companies together struggled to surpass the 3,000 units mark until recently. Now, we are witnessing a new reality where several market players have been replaced, electric cars have become a significant part of these dealerships' operations, constituting over 30% of total sales.

However, the old problems persist. Unfair and relentless competition remains a major reason why the new car sales sector presents its current challenges. Approximately 4,000 cars were sold in 2023, with the vast majority of these sales realized by only 3-4 companies. Among other factors, the primary contender intensifying this competition is the influx of Chinese cars tailored exclusively for the Chinese market. Such competition is undoubtedly unfair for an official dealer who must comply with all standards required by automotive brands, such as facilities, buildings, space, training, and a specified number of staff, which in turn creates hundreds of job opportunities in our economy, offering the required service under franchise, adhering to standardized products for the European market and the manufacturer's warranty.

Facing the official dealership is a street vendor, often with just a booth equipped with a table, laptop, and a guard, claiming to sell and represent prestigious global automotive brands!





successful
71

largest
99



PROLETAR HASANI

Administrator i kompanisë “Albsteel”

Xhiro e biznesit 2023: 36 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +7
Numri i punonjësve: 50
Vendndodhja: Durrës

PROLETAR HASANI

Administrator of the company “Albsteel”

Turnover 2023: 36 million EUR
Difference in % 23/22: +7
No. of employees: 50
Location: Durrës

Deri para pak vitesh, që nga moment i krijimit, kompania quhej PAPMETAL. Mirëpo zhvillimet e vrullshme të saj, shtimi i gamës së produkteve të prodhuara nëpërmjet ambienteve të tjera, linjave të reja të prodhimit, ia rriti aq shumë dimensionet kompanisë, sa që tani ajo ka trajtën e një kombinati të mirëfilltë të prodhimeve të hekurit. Në “Albsteel” prodhohen profil tubular rrethor, profil tubular katror, profil tubular drejtkëndor, profile tubolare speciale, llamarinë tabak, llamarinë e riguar pikë loti, llamarinë e riguar bakllava, profil çeliku katror, profil çeliku lama, profil çeliku rrethor, profil çeliku ele barabrinjëse, profil çeliku T, trarë çeliku UPN, trarë çeliku IPE, trarë çeliku HEA, trarë çeliku HEB, trarë çeliku IPN. Në “Albsteel” kryhen procese të larjes së profileve të hekurit me rërë. Pjesë e paketës së produkteve të prodhuara nga kjo kompani janë edhe panelet sanduiç, të cilat tashmë gjenden të gatshme për t’iu ofruar tregut shqiptar. E gjithë kjo gamë produktesh dhe sasitë që prodhohen e tregtohen në vit, me cilësinë dhe standardet e Bashkimit Europian, e kanë kthyer Albsteel & Papmetal në grupin më të

Until a few years ago, since its inception, the company was known as PAPMETAL. However, the rapid developments, the increase in the range of products produced through other facilities, and new production lines expanded the company so much that it now resembles a full-fledged iron production complex. At “Albsteel,” round tubular profiles, square tubular profiles, rectangular tubular profiles, special tubular profiles, sheet metal plates, tear drop patterned sheet metal, checker plate sheet metal, square steel profiles, flat steel profiles, round steel profiles, equal-angle steel profiles, T-shaped steel profiles, UPN steel beams, IPE steel beams, HEA steel beams, HEB steel beams, and IPN steel beams are produced. “Albsteel” also performs sandblasting processes on iron profiles. The company’s product range includes sandwich panels, which are now ready to be offered to the Albanian market. This wide range of products and the quantities produced and traded annually, meeting the quality and standards of the European Union, have turned Albsteel & Papmetal into the largest group in the

Adresa: Xhafzotaj, km 3, Durrës
 Tel: 0035552901061
 Fax: 0035552 90 10 62
 www.metal.com

Address: Xhafzotaj, km 3, Durrës
 Tel: 0035552901061
 Fax: 0035552 90 10 62
 www.metal.com



madh në rajon për prodhimin e profileve tubolare prej llamarine çeliku të prodhuar në të ftohtë, të ngrohtë e të galvanizuar.

Dhe është kënaqësi e vërtetë kur konstaton se performanca e kësaj kompanie të mirënjohur ka njohur rritje edhe gjatë vitit 2023. Mbi 3.7 miliardë lekë ishte xhiroja e kompanisë, ndërkohë që një vit më parë ky tregues ishte rreth 3.5 miliardë lekë. Pra ka një ritëm rritjeje prej 6-7 për qind.

Rritja e aktivitetit është gjë shumë pozitive për kompaninë, që bëhet edhe më pozitive kur konstaton se është “ushqyer” kryesisht nga eksporti. Deri para pak vitesh, të gjitha energjitë, të gjitha forcat e kompanisë ishin përqendruar për të përbushur kërkesat nga tregu vendas. Derisa erdhi një moment që Proletar Hasani kuptoi se bazamenti i kompanisë do të ishte edhe më i fortë po qe se produktet e “Albsteel”-it do të ishin të pranishme edhe në tregjet e huaja. Ndaj edhe i dha vëmendjen e duhur edhe këtij komponenti. Fillimisht me kuota modeste, por kjo prani në tregje të huaja filloi të rritej nga viti në vit për të arritë në vitin 2023 në rreth 500 milionë lekë. Pra, nëse deri para pak vitesh kompania “Albsteel” kishte zero eksporte, tashmë ajo realizon rreth 14 për qind të volumit të përgjithshëm nëpërmjet eksportit.

Duke parë dinamikën e këtij treguesi është mëse e sigurtë që prania e kompanisë në eksporte do të vijë duke u bërë gjithnjë e më e madhe. Aq më shumë që Proletar Hasani nuk gjen kurrë rehat

region for producing cold-formed, hot-formed, and galvanized steel sheet tubular profiles.

It is truly satisfying to note that this renowned company’s performance improved in 2023. The company’s turnover was over 3.7 billion ALL, compared to around 3.5 billion ALL the previous year, indicating a growth rate of 6-7 percent.

The growth in activity is very positive for the company and becomes even more positive when you see that it is primarily driven by exports. Until a few years ago, all the company’s efforts were focused on meeting domestic market demands. However, Proletar Hasani realized that the company’s foundation would be even stronger if “Albsteel” products were also present in foreign markets. Thus, he gave the necessary attention to this component. Initially with modest quotas, but this presence in foreign markets began to grow year by year, reaching around 500 million ALL in 2023. So, if until a few years ago the company “Albsteel” had zero exports, now it realizes about 14 percent of its total volume through exports.

Given this trend, it is very likely that the company’s presence in exports will continue to grow. This is further ensured by Proletar Hasani, who never rests or allows routine to set in, always considering things unfinished and focusing on market expansion. “Albsteel” resembles a mosaic, where there is always something to add. This is how Proletar acts year after year. Just when



e qetësi. Nuk bie dhe nuk lejon të bjerë në rutinën e aktivitetit, duke i quajtur gjërat të mbaruara dhe duke u kujdesur vetëm për zgjerim tregjesh. “Albsteel” i ngjan një mozaiku, ku gjithmonë ka diçka për të shtuar. Kështu vepron Proletari nga viti në vit. Kur ti mendon se tashmë gjithçka ka shkuar në vendin e vet, atë e gjen duke bërë investime të reja. Rreth 55 milionë lekë të reja ishte vlera e investimeve të tilla gjatë vitit 2023,

you think everything is in place, you find him making new investments. About 55 million ALL were invested in 2023, showing his philosophy of maintaining and strengthening his leadership position in this industry through systematic investments that provide solutions for the opportunities and challenges of the time.

The production and sales complex is built on a total area of 60,000 m², of which 25,000





çka tregon se filozofia e tij për të ruajtur e për të forcuar pozitat që ka si lider në këtë industri, është ajo e investimeve sistematike, nëpërmjet të cilave ofron zgjidhjet përkatëse për oportunitetet apo sfidat që paraqet koha.

Kompleksi i prodhimit dhe shitjeve është ndërtuar në një sipërfaqe totale 60.000 m², nga të cilat 25.000 m² janë sipërfaqe e mbyllur, e mirorganizuar dhe e pajisur me të gjithë infrastrukturën bashkëkohore. Rreth 1200 metra katrorë janë vetëm zyrat e kompanisë, të përfunduara së fundmi, së bashku edhe me zgjerimin e kapacitetit të saj. Profilët tubolare prodhohen në fabrikën e Papmetal dhe ofrohen ekskluzivisht vetëm nga Qendra e Shërbimit të Metaleve Albsteel. Formatet e ndryshme të lllamarinave të prodhuara në të ngrohtë dhe të ftohtë, të galvanizuara dhe inox janë produkt i makinerive të prodhimit italian, të pajisura me teknologjitë më të fundit në fushën e sheshimit dhe prerjes në gjatësi e gjerësi. Me qëllim të rritjes së standarteve të trajtimit të konstruksioneve metalike, ofrohet shërbimi i pastrimit me rërë çeliku dhe lyerje me primer. Makineritë dhe teknologjia e përdorur janë tërësisht gjermane. Standardet e administrimit, prodhimit dhe kontrollit të cilësisë janë në përputhje të plotë dhe të çertifikuara sipas Standardeve të Bashkimit European. Produktet janë çertifikuar dhe prodhohen në përputhje me normat e CE. Kompanitë janë çertifikuar për Sistemin e Menaxhimit të Cilësisë sipas standardeve ISO 9001 : 2008, ISO 9001 : 2015, Certificate Konformiteti CE sipas standardit EN 10219-1 : 2006 dhe për Sistemin e Menaxhimit Mjedisor sipas standardit ISO 14001:2004.

m² are enclosed, well-organized spaces equipped with modern infrastructure. Approximately 1200 square meters are offices, recently completed along with the expansion of the company's capacity. Tubular profiles are produced in the Papmetal factory and offered exclusively by Albsteel's Metal Service Center.

Various formats of hot-formed, cold-formed, galvanized, and stainless steel sheet metal are produced with Italian manufacturing machinery equipped with the latest technology in flattening and cutting to length and width. To enhance the standards of metal structure treatment, sandblasting and primer coating services are offered, using entirely German machinery and technology.

Management, production, and quality control standards are fully compliant and certified according to European Union Standards. Products are certified and produced in accordance with CE norms. The companies are certified for Quality Management Systems according to ISO 9001: 2008, ISO 9001: 2015, CE Conformity Certificate according to EN 10219-1: 2006, and Environmental Management System according to ISO 14001: 2004.





HAJRI ELEZI

President i kompanisë “Lajthiza Invest”

Xhiro e biznesit 2023: 35 milion EURO
Ndryshimi në % 23/22: +25
Numri i punonjësve: 305
Vendndodhja: Lajthizë, Pukë

HAJRI ELEZI

President of the company “Lajthiza Invest”

Turnover 2023: 35 million EUR
Difference in % 23/22: +25
No. of employees: 305
Location: Lajthiza, Puka

Uji “Lajthiza” ka qenë alternativa e parë e konsumatorëve gjatë vitit 2023. Sigurisht që ky nuk është as opinion e as perceptim, por thjesht realitet i konfirmuar nga shifrat. Gjatë vitit 2023 kompania performoi në mënyrë të shkëlqyeshme, duke realizuar një volum aktiviteti prej afro 3.6 miliardë lekësh. Kjo është një rritje të ndjeshme krahasuar me një vit më parë, kur kompania regjistroi një aktivitet në kuotën e 2.8 miliardë lekëve. Arsyeja pse konsumatorët e kanë zgjedhje të parë ujin “Lajthiza” është e lehtë për t’u kuptuar. “Lajthiza” është uji më cilësor në treg dhe këtë e vërtojnë analizat e kryera në institucionet më prestigjioze ndërkombëtare.

Cilësia e produktit e bën krenar Hajri Elezin, e bën atë të ndjehet përherë kryelartë dhe i nderuar përpara konsumatorit. Njëherë në një panair ndërkombëtar ku merrnin pjesë kompani që tregtonin brande të njohura ndërkombëtarisht, presidenti i një kompanie të tillë e pyeti Hajri Elezin për arsyen e të qenit në panair. “Kam ardhur të marr pjesë me ujin më të mirë në botë”, iu përgjigj ai, duke nënkuptuar “Lajthiza”-n. Dhe kjo përgjigje nuk ishte ndonjë shfaqje megalomanie, por tregon

In 2023, “Lajthiza” water was the first choice for consumers. This is not just an opinion or perception but a reality confirmed by the numbers. In 2023, the company performed excellently, achieving a business volume of approximately 3.6 billion leks. This is a significant increase compared to the previous year, when the company recorded a business volume of 2.8 billion leks. The reason why consumers choose “Lajthiza” as their first choice is easy to understand. “Lajthiza” is the highest quality water on the market, as confirmed by analyses conducted in the most prestigious international institutions.

The quality of the product makes Hajri Elezi proud, making him always feel honored in front of the consumer. Once, at an international fair attended by companies selling well-known international brands, the president of such a company asked Hajri Elezi why he was at the fair. “I came to participate with the best water in the world,” he replied, referring to “Lajthiza.” This response was not an act of megalomania but rather a legitimate belief in the quality product he has.

Regarding the improvement of “Lajthiza



bindjen e ligjshme të tij për produktin cilësor që ka në duar.

Sa i takon përmirësimit të performancës ekonomike të kompanisë “Lajthiza Invest” ajo duket në disa drejtime. Së pari, sikurse thamë më lart, tek volumi i aktivitetit të kompanisë. Edhe pse në treg ka një mori ujërash, edhe pse tregut i shtohen përditë kompani që tregtojnë ujëra mineralë, jo vetëm nga vendi por edhe nga importi, kjo dukuri nuk ka mundur ta prekë kompaninë “Lajthiza Invest”. Më saktë, mund t’ia ketë reduktuar disi ritmin e rritjes, por pa e penguar të ketë rritjen e saj, ndoshta edhe përtej pritshmërive të drejtuesve. Sepse me pasë rritje përtej 25 për qind nga viti paraardhës, është thjesht fantastike. Rritja e numrave sasiorë që tregojnë xhiron e kompanisë është rrjedhojë e shtimit të konsumatorëve të saj, krahasuar me vitin paraardhës. Dhe në këtë kontekst një nga faktorët që mund të ketë ndikuar në këtë drejtim është edhe rritja e numrit të turistëve të huaj që kanë vërshuar drejt Shqipërisë. Por jo vetëm kaq.

Të bindur në cilësinë superiore të ujit “Lajthiza”, drejtuesit e kompanisë e kanë drejtuar vëmendjen edhe nga eksporti, duke kërkuar tregje të reja, klientë të rinj. Në Kosovë, Maqedoninë e Veriut, Londër, Bruksel, Dubai. Dhe numrat janë inkurajues. Rreth 20 për qind e totalit të shitjeve të ujit “Lajthiza” u përket tregjeve të këtyre vendeve. Dhe synimi në një të ardhme të afërt është që kjo kuotë të shkojë në 30 për qind të totalit.

Invest” company’s economic performance, it is evident in several aspects. Firstly, as mentioned above, in the company’s business volume. Despite the plethora of waters in the market and the addition of companies selling mineral waters, both locally and from imports, this phenomenon has not affected “Lajthiza Invest.” It may have slightly slowed the growth rate, but it has not prevented the company from growing, perhaps even beyond the expectations of its leaders. Achieving growth of over 25 percent from the previous year is simply fantastic. The increase in the company’s turnover is a result of the addition of new consumers compared to the previous year. One factor that may have contributed to this is the increase in the number of foreign tourists flocking to Albania. But that’s not all.

Confident in the superior quality of “Lajthiza” water, the company’s leaders have also focused on exports, seeking new markets and new clients in Kosovo, North Macedonia, London, Brussels, and Dubai. The numbers are encouraging. Around 20 percent of “Lajthiza” water sales are from these markets, with the aim to reach 30 percent in the near future.

Another strong argument for the company’s excellent performance is the profit achieved. This indicator has improved by 700 percent compared to the previous year, mainly due to controlling company expenses. On one hand, revenues have



Sensory Analysis Results, Brussels 2024

Lajthiza® Mineral Water

Lajthiza Invest sh.a



International Taste Institute

105A rue Colonel Bourg 1140 Brussels, Belgium | www.taste-institute.com

Nga ana tjetër, një argument i fortë i performancës së mrekullueshme të kompanisë është edhe fitimi i siguruar. Ky tregues është përmirësuar me 700 për qind krahasuar me një vit më parë dhe kjo është bërë e mundshme kryesisht në sajë të kontrollit të shpenzimeve të kompanisë. Nga njëra anë, të ardhurat e saj janë rritur në mënyrë të konsiderueshme, nga ana tjetër shpenzimet janë

increased significantly, while on the other hand, expenses have grown at a much more moderate pace. The only expense category where the company has followed the trend imposed by the times is salaries, bonuses, and social security, which have seen respective increases.

Ordering “Lajthiza” water in a market or a local store is easy. However, the process and journey this

Blind tasting, for truly objective evaluations



Prepared, presented, and served with care



rritur me një ritëm shumë më të moderuar. I vetmi grup shpenzimi, në të cilin kompania ka ndjekë trendin që imponon koha, ka qenë ajo e pagave, shpërblimeve dhe sigurimeve shoqërore që kanë pasur rritjen përkatëse.

Me porosinë e ujit “Lajthiza” në një market lokal është gjë e lehtë. Por procesi dhe rruga që bën ky produkt për të mbërritur tek konsumatori është edhe e gjatë, edhe e vështirë. E ndërtuar në fshatin Lajthizë të Pukës, buzë rrugës nacionale, fabrika moderne është një nga investimet më të rëndësishme të zonës, në të cilën janë punësuar shumë njerëz prej asaj zone. Qarku i Kukësit ka shumë biznesmenë të njohur e të mëdhenj në rang vendi, por asnjë nuk është në nivelin e Hajri Elezit, për çka ka bërë ai për zonën ku ka vite që ushtron aktivitetin.

Fabrika “Lajthiza” shfrytëzon burimin e ujit që vjen nga mali i Roshit, nëpërmjet disa proceseve që e bëjnë atë të gatshëm për t’ua çuar konsumatorëve anekënd Shqipërisë. Tashmë si rrjedhojë e investimeve të realizuara për shtimin e kapacitetit të saj, ajo është një nga fabrikat më të mëdha në vend. Por Hajri Elezi prej kohësh ka dëshiruar dhe njëkohësisht ka investuar për t’ia zgjeruar spektrin kompanisë. Jo vetëm duke prodhuar ujë në madhësi dhe ambalazhe të ndryshme, por duke futë në fabrikë edhe linja prodhimi të pijeve freskuese, çka do t’i lejojë kompanisë të pretendojë për një perspektivë akoma më të mirë. Nëse e tashmja është e mirë, është e sigurtë që e ardhmja e kompanisë do jetë edhe më e mirë.

product undergoes to reach the consumer is both long and difficult. Built in the village of Lajthiza in Puka, near the national road, the modern factory is one of the area’s most significant investments, employing many people from the region. Kukës County has many well-known and prominent businessmen nationwide, but none are on the level of Hajri Elezi for what he has done for the area where he has been active for years.

The “Lajthiza” factory utilizes the water source from Mount Roshi through several processes that make it ready to be delivered to consumers across Albania. As a result of investments made to increase its capacity, it is now one of the largest factories in the country. Hajri Elezi has long desired and simultaneously invested in expanding the company’s spectrum. Not only by producing water in various sizes and packaging but also by introducing production lines for soft drinks, allowing the company to aim for an even better future. If the present is good, the company’s future will be even better.





88

129



HELIDON RRUGA

Administrator i Përgjithshëm i kompanisë "Coral Fish"

Emri i kompanisë: "Coral Fish"
Xhiro e biznesit 2023: 30 milionë EURO
Numri i punonjësve: 339
Vendndodhja: Durrës

HELIDON RRUGA

General Administrator of "Coral Fish" Company

Company Name: "Coral Fish"
Turnover 2023: 30 million EUR
No. of employees: 339
Location: Durrës

Kompania e kultivimit dhe tregtimit të peshkut "Coral Fish" na ka mësuar çdo vit me performanca të shkëlqyeshme, që rezultojnë të përmirësuara kur krahasohen me ato të vitit paraardhës. Në këtë mënyrë, viti pasardhës, duke tejkaluar paraardhësin, është gjithmonë më i miri në jetën e kompanisë. Por kjo nuk mund të thuhet për çka është arritur gjatë vitit 2023. Sepse, në dallim nga vitet e tjera, kur tejkalmi i realitetit të vitit paraardhës ishte një dukuri e qartë, gjatë vitit 2023 "Coral" pësoi një tkurrje të lehtë të aktivitetit. Pra, nga rreth 3.4 miliardë lekë sa e kishte aktivitetin gjatë vitit 2022, në vitin pasardhës kompania siguroi një volum aktiviteti në kufirin e 3.1 miliardë lekëve. Edhe eksporti pësoi pak rënie, teksa, nga 1.9 miliardë lekë në vitin 2022, rezultoi në 1.77 miliardë lekë një vit më pas. Natyrisht që janë disa faktorë që kanë kushtëzuar veprimtarinë e "Coral"-it gjatë vitit të kaluar dhe që ia kanë ulur pak shpejtësinë e lëvizjes.

E para, sikundër mund të merret lehtë me mend nga të gjithë, është kursi i këmbimit të euros. "Coral Fish" është një kompani që më

“Coral Fish,” a company engaged in fish farming and trading, has consistently impressed us with excellent performances each year, showing improvements compared to the previous year. Thus, each successive year surpasses its predecessor, marking continual progress in the company’s life. However, this was not the case for the year 2023. Unlike previous years where surpassing the previous year’s reality was a clear trend, “Coral” experienced a slight decline in activity during 2023. Specifically, whereas the company had an activity level of around 3.4 billion lekë in 2022, the following year saw a reduced activity volume at around 3.1 billion lekë. Similarly, exports also experienced a slight decline from 1.9 billion lekë in 2022 to 1.77 billion lekë in the subsequent year. Several factors influenced “Coral’s” operations during the past year, contributing to a slowdown in its momentum.

Firstly, as widely acknowledged, the euro exchange rate played a significant role.

Adresa: Autostrada Durrës-Tiranë, km 2
 Tel: 052236800
 Fax: 052236801
 E-mail: alb@koralfish.com
 www.koralfish.com

Address: Autostrada Durrës-Tiranë, km 2
 Tel: 052236800
 Fax: 052236801
 E-mail: alb@koralfish.com
 www.koralfish.com



se gjysmën e aktivitetit e realizon në eksport, konform kontratave të fiksuar me partnerët. Pra, ka pak hapësirë për të bërë reflektime të situatave të paparashikuara. Prandaj zhvlerësimi i euros përgjatë vitit të kaluar ishte fatkeqësi për të gjithë eksportuesit shqiptarë në përgjithësi, ku nuk bën përjashtim as “Coral Fish”. Kontradikta mes realitetit të fiksuar në kontrata dhe asaj që është servitur në terren, ka ndikuar qoftë në uljen e lehtë të aktivitetit të kompanisë, qoftë në uljen e lehtë të përfitueshmërisë së saj.

Nga ana tjetër, kompanisë i është dashur të reflektojë edhe në drejtim të politikës së pagave. Zhvillimet e përgjithshme në ekonominë dhe biznesin shqiptar në lidhje me problematikën e marrëdhënieve të punës, me vështirësitë për sigurimin e fuqisë punëtore, me ritmet e larta të emigrimit etj., kanë imponuar, si refleks prej biznesit shqiptar, rritjen e pagave. Në kushtet kur kompania e ka të pamundshme ta shkarkojë këtë shpëzim ekstra në kontratat me blerësit, për arsye se, siç thamë më parë, ato janë të fiksuar në fillim të vitit, atëherë kjo manovër ka reduktuar disi efektivitetin e kompanisë.

Nuk janë pa ndikim as interesat e kredive të marra nga kompania për investimet e ndryshme, në mënyrë që të përmirësohet më tej procesi teknologjik, infrastruktura dhe logjistika e saj. E me gjithë këto vështirësi e sfida që i është dashur të përballojë përgjatë vitit 2023, sërish “Coral Fish” mbetet kompania më e mirë e sektorit të saj, që edhe pse me një dinamikë rënësë të lehtë, sërish,

“Coral Fish” conducts more than half of its operations through exports under fixed contracts with partners, leaving little room to navigate unforeseen circumstances. Therefore, the depreciation of the euro throughout the year was detrimental not only to “Coral Fish” but also to Albanian exporters in general. The contradiction between fixed contract realities and on-the-ground conditions affected the company’s activity and profitability.

Additionally, the company had to address wage policy issues. General economic and business developments in Albania concerning labor relations, difficulties in securing workforce, high emigration rates, etc., necessitated wage increases. However, incorporating these extra expenses into fixed contracts with buyers proved challenging, thereby somewhat reducing the company’s efficiency.

Furthermore, the company’s interests in loans taken for various investments also had an impact, aimed at further improving its technological processes, infrastructure, and logistics.

Despite these challenges faced throughout 2023, “Coral Fish” remains the top company in its sector, albeit with a slight downward trend, it has still managed to achieve a satisfactory performance in absolute terms. Moreover, it has increased its workforce compared to the previous year, which is a positive indicator.

Today, with 12 vessels and 29 fish farming



në terma absolutë, ka siguruar një performancë më se të kënaqshme. Dhe për më shumë, ka rritur edhe numrin e punonjësve, krahasuar me një vit më parë, gjë që është tregues mjaft pozitiv.

Kështu, me 12 anije e 29 vaska të kultivimit të peshkut në pronësi, “Coral Fish” është sot padyshim kompania më e madhe dhe kryesore e ekonomisë detare të Shqipërisë. Ka edhe mjaft kompani të tjera në këtë sektor, madje tendenca është drejt shtimit të tyre, e megjithatë “Coral Fish” vazhdon të mbajë prej shumë kohësh kurorën e liderit të sektorit. Dhe s’ka si të ndodhë ndryshe përderisa “Coral Fish” ka avantazhin e të qenit e para në këtë sektor dhe këtë avantazh jo vetëm që e ka ruajtur, por edhe e ka thelluar ndër vite. Duke u perfeksionuar vazhdimisht në të gjitha proceset e zënies, kultivimit e tregtimit të peshkut.

“Coral Fish” operon në sektorin e përpunimit të produkteve të detit që nga viti 1994. Prej shumë

tanks under its ownership, “Coral Fish” undoubtedly stands as the largest and leading company in Albania’s marine economy. While the sector sees increasing competition with several other companies, “Coral Fish” has maintained its leadership position for a long time, leveraging its advantage as a pioneer in the sector and continuously improving its processes in fishing, farming, and trading fish products.

“Coral Fish” has been operating in seafood processing since 1994. For many years, the company has also been active in international markets, intensifying its relationships in recent years. Its product range includes both locally sourced and imported fresh and frozen products, catering to a wide consumer base. Continuous improvements have been made in expanding activity spaces, adapting to labor and product quality standards consistent with EU norms.



vitësh, kjo kompani operon edhe në tregun ndërkombëtar, marrëdhëniet me të cilin janë intensifikuar së tepërmi vitet e fundit. Produktet e ofruara nga “Coral Fish” janë me origjinë nga vendi dhe importi. Gama e gjerë përfshin produkte të freskëta dhe të ngrira, duke kënaqur kështu nevojat e një numri të madh konsumatorësh. Që prej themelimit janë bërë përmirësime progresive për sa i takon zgjerimit të hapësirave të aktivitetit dhe përshtatjes së normave të punës dhe cilësisë së produkteve me të gjitha standartet e BE-së. Një përparësi të madhe biznesit i jep vendndodhja e stabilimentit pranë portit të peshkimit. Për më shumë, zotërimi i anijeve të peshkimit i jep “Coral Fish” mundësi peshkimi në detin Adriatik dhe Jon duke garantuar kështu një itinerar të shkurtër nga momenti i peshkimit deri në fazën e përpunimit dhe të ruajtjes.

Stabilimenti i ri me një imazh bashkëkohor është inaguruar në vitin 2008. Sipërfaqja e zhvillimit të aktivitetit është 6000 m², ndërsa baza ftohëse zë një hapësirë prej 5000 m³. Teknologjia e përdorur është mjaft bashkëkohore, gjë që i krijon kompanisë një avantazh konkurrues.



Its strategic location near the fishing port and ownership of fishing vessels enable efficient fishing operations in the Adriatic and Ionian Seas, ensuring a short journey from catching to processing and preservation phases.

The company inaugurated a modern facility in 2008, covering 6000 m² of operational space and a 5000 m³ refrigeration base, equipped with contemporary technology that gives “Coral Fish” a competitive edge.



ILIR LINZA

Drejtor i Përgjithshëm i FPM Group

Emri i kompanisë: **FPM Tutto Mobili (Fabrika e Prodhimit të Mobiljeve), Best Seller**
Khiri e biznesit 2023: **25 milionë euro**
Numri i punonjësve: **350**
Vendndodhja: **Tiranë**

ILIR LINZA

General Director of FPM Group

Company Name: **FPM Tutto Mobili (Furniture Manufacturing Factory), Best Seller**
Turnover 2023: **25 million EUR**
No. of employees: **350**
Location: **Tirana**

Fabrika e prodhimit të mobiljeve FPM (Tutto Mobili) është një kompani që çdo 1 janar e fillon betejën vjetore në treg me veten e saj. Jo se në sektorin e prodhimit të mobiljeve nuk ka kompani të tjera. Përkundrazi, edhe syri i një qytetari të zakonshëm e vë re se sa shumë të dendura e të përhapura janë njësitë e prodhimit dhe të shitjes së mobiljeve në Shqipëri. Disa janë kompani të mëdha, por shumë kanë mbetur në stadin e njëjësive të mesme e të vogla, megjithatë të afta, që nëpërmjet shtimit të ofertës në treg, të stimulojnë konkurrencën. Mirëpo, Fabrika e Prodhimit të Mobiljeve (FPM Tutto Mobili) është diçka krejt tjetër. Është një kompani që lëviz në sens të kundërt me atë të pothuajse gjithë kompanive të tjera në Shqipëri, sepse e tillë është projektuar që në fillimet e saj. Pra, kur Ilir Linza dhe ortakët e tij projektuan fabrikën si biznesin kryesor të tyre, ajo u konceptua si një kompani që do të ishte e aftë të funksiononte jo për tregun lokal e të vogël shqiptar, por për tregun ndërkombëtar. Pra do të ishte një kompani, e cila do të prodhonte, ndërkohë që i gjithë prodhimi

The furniture manufacturing company FPM (Tutto Mobili) is a company that begins its annual market battle with itself every January 1st. This isn't because there are no other companies in the furniture manufacturing sector. On the contrary, even the average citizen can notice how dense and widespread the furniture manufacturing and sales units are in Albania. Some are large companies, but many remain in the stage of medium and small units, which, by increasing market supply, stimulate competition. However, the Furniture Manufacturing Factory (FPM Tutto Mobili) is something entirely different. It is a company that moves in the opposite direction of almost all other companies in Albania because it was designed that way from its inception. When Ilir Linza and his partners designed the factory as their primary business, it was conceived as a company that would be capable of functioning not for the local and small Albanian market, but for the international market. It was envisioned as a company that would produce goods entirely

Adresa: Autostrada Tiranë-Durrës, km. 5, Tiranë-Shqipëri
 Tel: ++ 355 48 200 348; ++ 355 48 200 349, 048 200 350
 Fax: ++ 355 48 200 351

Adresa: Autostrada Tiranë-Durrës, km. 5, Tiranë-Shqipëri
 Tel: ++ 355 48 200 348; ++ 355 48 200 349, 048 200 350
 Fax: ++ 355 48 200 351



Bjorn Linza

do të destinohej e do të shitej në eksport.

Realiteti është se FPM kështu ka funksionuar, kështu funksionon e kështu do të funksionojë edhe në të ardhmen, duke qenë kompania më e madhe e prodhimit të mobiljeve, që pjesën më të madhe të prodhimit të saj e destinon në tregjet e vendeve të ndryshme të huaja. Në këtë mënyrë, funksionimi i kësaj kompanie, në një periudhë afatgjatë, sipas kësaj fizionomie, ua ka vërtetuar saktësinë e vizionit krijuesve e drejtuesve të saj. Fabrika e Prodhimit të Mobiljeve përfaqëson një kompani, aktiviteti i së cilës ka lëvizur çdo vit midis 1 dhe 1.2 miliardë lekëve. Gjatë vitit 2023, aktiviteti pati një farë rënie të lehtë, me një ndikim nga faktorë të jashtëm, sikurse ishin lufta Rusi-Ukrainë apo luhatjet e kursit të këmbimit, ndaj të cilëve është i ekspozuar çdo subjekt që ka aktivitet eksportues. Ndaj, s'kishte si të bënte dallim as FPM, e cila, përveç të tjerave, duhej të vuante edhe faktin që tregu global, në fushën e tregtisë ku vepron FPM, pati një ulje prej 30 për qind.

Megjithatë, duke pasur parasysh veprimin e të gjithë këtyre faktorëve, sërisht, për FPM mund të thuhet me siguri se viti 2023 ishte vit pozitiv, edhe pse, krahasuar me vitin paraardhës u shënuar një ulje prej 22 për qind. Por, sikurse e thamë edhe më lart, FPM këto llogari i ka vetëm me veten e saj, sepse me konkurrentët e ka fituar betejën e vitit 2023, ashtu sikurse e ka fituar çdo vit tjetër, pasi asnjë kompani e këtij sektori nuk i ka treguesit e FPM-së. Flasim për treguesit zyrtarë,



Elis Linza

destined for export.

The reality is that FPM has operated this way, continues to operate this way, and will operate this way in the future, being the largest furniture manufacturing company that allocates the majority of its production to foreign markets. In this way, the long-term operation of this company according to this business model has proven the accuracy of the vision of its creators and leaders. The Furniture Manufacturing Factory represents a company whose activity has ranged annually between 1 and 1.2 billion lekë. During 2023, the activity experienced a slight decline due to external factors such as the Russia-Ukraine war or exchange rate fluctuations, to which any exporting entity is exposed. Therefore, FPM was no exception, also suffering from the fact that the global market in the field in which FPM operates experienced a 30 percent downturn.

Nevertheless, considering all these factors, it can still be confidently stated that 2023 was a positive year for FPM, even though there was a 22 percent decrease compared to the previous year. But, as mentioned above, FPM measures its performance against itself, as it has won the battle against its competitors in 2023, just as it has in every other year, since no company in this sector matches FPM's metrics. We are referring to official metrics, as the furniture production and sales sector also has a lot of informality within it.

sepse sektori i prodhimit dhe shitjes së mobiljeve ka edhe shumë informalitet brenda tij. Drejtuesit e kompanisë parashikojnë rritje të mëtejshme të aktivitetit, duke pasur prioritet sigurimin e tregjeve të reja vendase dhe të huaja. Dhe garanci për këtë është cilësia e produkteve të tyre, që buron nga lëndë të para cilësore të blera në vende të BE-së, përshtatjen e modeleve të produkteve me dinamizmin e tregjeve vendase e të huaja, etj.

Por, Fabrika e Prodhimit të Mobiljeve është vetëm njëra nga “gjymtyrët” e FPM Group. Pasi, që nga viti 2016, këtij grupi i është shtuar edhe një tjetër, kompania Best Seller Albania. Sepse, vërtet që Fabrika e Prodhimit të Mobiljeve ishte ndërtuar dhe projektuar për të qenë konkurrenente në tregje të mëdha, por për shumë vite, ajo ishte e vetpërrjashtuar nga konkurrimi në tregun e brendshëm shqiptar. Derisa erdhi një moment, kur Ilir Linza e konsideroi edhe tregun e brendshëm shqiptar me potencial për të kontribuar në rritjen e biznesit të tyre, pa u dekurajuar fare nga fakti se tregu i brendshëm i prodhimit dhe shitjes së mobiljeve ishte tokë e xanun nga qindra kompani të tjera të vogla e të mëdha. Por, duke qenë besimplotë në aftësitë e veta konkurruese, në filozofinë e të bërit biznes, ai themeloi kompaninë Best Seller Albania. Rezultatet e saj ka vetëm një fjalë që i përshkruan saktë dhe kjo fjalë është: ecuri e shkëlqyer.

Me rritje spektakolare nga viti në vit, ajo i ngjante një makine të Formula 1, që ndonëse e kanë penalizuar të niset nga fundi, i parakalon



The company’s leaders anticipate further growth in activity, prioritizing securing new domestic and foreign markets. A guarantee for this is the quality of their products, which stems from high-quality raw materials purchased in EU countries, the adaptation of product models to the dynamics of domestic and foreign markets, and more.

But the Furniture Manufacturing Factory is just one of the “limbs” of FPM Group. Since 2016, another company, Best Seller Albania, has been added to this group. Although the Furniture Manufacturing Factory was built and designed to be competitive in large markets, for many years, it excluded itself from competing in the domestic Albanian market. Until the moment





të gjithë kundërshtarët dhe arrin të dalë në vend të parë brenda një harku kohor 7-vjeçar. Bestseller ka një bazë të qëndrueshme klientësh, të cilët i kanë qëndruar besnikë kompanisë ndër vite. Por edhe Bestseller u ka qëndruar besnik klientëve me moton: të përmbushim nevojat jo sipas mundësisë, por sipas kërkesave, në mënyrë që të kënaqim kërkesat dhe pritshmëritë e konsumatorëve.

Gjatë vitit 2023, Bestseller Albania arriti ta kalojë shifrën e 1.05 miliardë lekëve si aktivitet, çka do të thotë vazhdim i procesit të rritjes së saj, ndonëse me doza modeste, 3 për qind, në krahasim me vitet e mëparshme. Dhe receta e suksesit të saj është kryesisht raporti cilësi-çmim, si dhe marketing i vazhdueshëm. Në 10 vitet e ardhshme, drejtuesit e kompanisë, Erlis dhe Bjorn Linza, parashikojnë që Bestseller do të vazhdojë të ruajë pozicionin e fortë në treg, duke përmbushë kërkesat e konsumatorëve me koston më të ulët të mundshme dhe cilësinë më të lartë në sinkron me kërkesat e tyre.

arrived when Ilir Linza considered the domestic Albanian market to have potential to contribute to their business growth, undeterred by the fact that the domestic furniture manufacturing and sales market was already occupied by hundreds of other small and large companies. However, being confident in his competitive abilities and business philosophy, he founded the company Best Seller Albania. There is only one word that accurately describes its results: excellent progress.

With spectacular growth year after year, it resembled a Formula 1 car that, despite being penalized to start from the back, overtakes all competitors and reaches first place within a seven-year timeframe. Best Seller has a stable customer base that has remained loyal to the company over the years. But Best Seller has also remained loyal to its customers with the motto: meeting needs not according to our capabilities, but according to demands, in order to satisfy consumers' needs and expectations.

During 2023, Best Seller Albania surpassed the activity threshold of 1.05 billion lekë, which signifies the continuation of its growth process, albeit with modest doses of 3 percent compared to previous years. And the recipe for its success is primarily the quality-price ratio, along with continuous marketing. Over the next 10 years, the company's leaders, Erlis and Bjorn Linza, foresee that Best Seller will continue to maintain a strong market position, fulfilling consumer demands at the lowest possible cost and the highest quality in line with their expectations.



ROBERT MASHA

*Administrator i Përgjithshëm
i kompanisë “Maccaferri Balkans”*

Xhiro e biznesit 2023: 25 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +14
Numri i punonjësve: 220
Vendndodhja: Durrës

ROBERT MASHA

*General Administrator
of “Maccaferri Balkans”*

Turnover 2023: 25 million EUR
Difference in % 23/22: +14
No. of employees: 220
Location: Durrës

Kompania “Maccaferri Balkans” ka mbushur plot 15 vjet aktivitet në Shqipëri. Për periudhën më të gjatë ndër këta 15 vjet, ajo ka përmbyshur nevojat e tregut të Shqipërisë, të Kosovës dhe të Maqedonisë veriore për materiale të ndryshme si: gabione, gjeogride, tela lidhës, rrjeta teli, gjeomat, materase, rrjeta perde, etj. Në vitin 2022 nisi një projekt i rëndësishëm transformues i kompanisë. Një proces që synonte kthimin e saj nga një kompani thjesht tregtare, në qendrën kryesore të prodhimit për zonën europiane dhe të Lindjes së Mesme. Dhe ky mision i korrespondoi kompanisë në kohën që në krye të saj u emërua Robert Masha, një djalosh i ri shqiptar, i diplomuar në Bolonja të Italisë dhe që vinte nga një karrierë në studio italiane të auditimit. Natyrisht që për të përmbyshja e këtij misioni ishte dhe vazhdon të jetë më shumë sesa sfidë. Kjo pasi me marrë detyra prodhimi dhe me i plotësu ato nga një kompani e themeluar në vitin 1879, sikurse është Officinë Maccaferri, do të thotë me qenë para një sprove jo të lehtë.

“Maccaferri Balkans” has celebrated 15 years of activity in Albania. For the longest period during these 15 years, it has met the needs of the markets in Albania, Kosovo, and North Macedonia for various materials such as gabions, geogrids, binding wires, wire meshes, geomats, mattresses, mesh curtains, etc. In 2022, an important transformative project for the company began. This process aimed to turn it from a merely commercial company into the main production center for the European and Middle Eastern regions. This mission corresponded with the appointment of Robert Masha, a young Albanian man, as the head of the company. He graduated in Bologna, Italy, and came from a career in Italian auditing firms. Naturally, for him, fulfilling this mission was and continues to be more than a challenge. Undertaking production tasks and completing them for a company founded in 1879, like Officine Maccaferri, means facing a considerable test.

Adresa: Maccaferri Balkans Sh. P. k. Autostrada DR-TR; KM 6, SH2 Xhafzotaj,
Durrës, Albania
Tel: +355 4 450 3882
E-mail: info.al@maccaferri.com

Address: Maccaferri Balkans Sh. P. k. Autostrada DR-TR; KM 6, SH2 Xhafzotaj,
Durrës, Albania
Tel: +355 4 450 3882
E-mail: info.al@maccaferri.com



Të organizosh punën dhe prodhimin në mënyrë të tillë që të rezultojë në realizimin e kërkesave të Officinë Maccaferri, që është një lider global në inxhinierinë civile dhe mjedisore, me mbi 20 fabrika në 4 kontinente dhe me mbi 600 milionë euro gjatë vitit 2023, do të thotë të demonstrosh aftësi organizimi dhe menaxhimi. Dhe përgjatë këtyre 2 viteve të fundit, kur kompania është kthyer në fabrikë prodhuese për llogari të Officinë Maccaferri, rezultatet kanë qenë mbresëlënëse. Tërësisht brenda pritshmërive dhe kalkulimeve të drejtuesve të kompanisë dhe pronarëve të saj, me një trend rritjeje të rëndësishme nga viti në vit.

Edhe përgjatë vitit 2023, “Maccaferri Balkans” realizoi një performancë të kënaqshme për të gjithë. Aktiviteti i kompanisë rezultoi në mbi 2.8 miliardë lekë, që e krahasuar me vitin paraardhës tregon për një rritje të volumit të aktivitetit prej 14 për qind. Edhe sa i takon performancës në drejtim të përfitueshmërisë, kompania ka përmirësim të ndjeshëm nga viti paraardhës. Sigurisht, duke qenë kompani që prodhon për llogari të “Officinë Maccaferri”, fitimi i “Maccaferri Balkans” është më shumë një tregues i përmirësimit të mëtejshëm të punës së kompanisë në Shqipëri, në drejtim të optimizimit të kostove të saj. Pra është tregues domethënës i cilësisë së menaxhimit të kompanisë.

“Maccaferri Balkans” ka avancuar edhe disa treges të tjerë, sikurse është numri i fuqisë punëtore, duke kaluar në 220 të punësuar nga

Organizing work and production in such a way that meets the demands of Officine Maccaferri, a global leader in civil and environmental engineering with over 20 factories across 4 continents and over 600 million euros in 2023, means demonstrating organizational and management skills. Over the past two years, as the company has turned into a manufacturing plant for Officine Maccaferri, the results have been impressive. Entirely within the expectations and calculations of the company’s executives and owners, with a significant growth trend year after year.

Even in 2023, “Maccaferri Balkans” performed satisfactorily for everyone. The company’s activity resulted in over 2.8 billion ALL, indicating a 14% increase in activity volume compared to the previous year. Regarding profitability, the company



160 që ishin një vit më parë. Ndërkohë, gjatë vitit 2023 janë realizuar edhe rreth 500 mijë euro investime të tjera nga ana e kompanisë, të cilat konsistojnë në vendosjen e paneleve fotovoltaike. Është një investim që për të, si një konsumator i madh industrial, po rezultojnë mjaft efektiv, pasi arrin të përmbushë mbi 50 për qind të nevojave të kompanisë. Kurse shlyerja e investimit është parashikuar të kryhet brenda dy viteve.

Edhe një risi tjetër shënoi veprimtaria e “Maccafferri Balkans” gjatë vitit të kaluar. Tregu i brendshëm, që nënkuptohet tregu shqiptar, si dhe ai kosovar e maqedonas, pati një ecuri më të mirë se parashikimi, çka do të thotë se kjo kompani, krahas përmbushjes së porosive të “Officinë Maccafferri” duhet të parashikojë rritjen e kërkesave edhe nga tregu ballkanik, si rrjedhojë e projekteve të ndryshme në infrastrukturë që po zbatohen e do zbatohen aty. Edhe pse tashmë “Maccafferri Balkans” është një kompani që ushtron aktivitetin në një territor të madh, në disa godina, e megjithëse janë në funksion 12 linja prodhimi, Robert Masha tregon për plane të tjera investimi, që do të synojnë në vendosjen e dy lindjave të tjera të prodhimit, në rritjen e kapaciteteve magazinuese të kompanisë, etj. Në botëkuptimin e tij si menaxher dhe drejtues i kompanisë ka zenë vend koncepti i përmirësimit të vazhdueshëm të menaxhimit, dhe kështu e percepton dhe interpreton ai punën në drejtim të “Maccafferri Balkans”.

Pra viti 2023 ishte i suksesshëm për “Maccafferri”, punonjësit dhe drejtuesit e

has seen a significant improvement from the previous year. Being a company that produces for Officine Maccafferri, “Maccafferri Balkans” profit is more an indicator of the company’s improved performance in Albania, in terms of optimizing its costs. Thus, it is a meaningful indicator of the company’s management quality.

“Maccafferri Balkans” has also advanced in other areas, such as the number of employees, increasing to 220 from 160 the previous year. Meanwhile, in 2023, the company made additional investments of around 500,000 euros, which included the installation of photovoltaic panels. This investment, as a major industrial consumer, has proven very effective, meeting over 50% of the company’s needs. The investment is expected to pay off within two years.

Another novelty marked the activity of “Maccafferri Balkans” last year. The internal market, which includes the Albanian market, as well as the Kosovo and Macedonian markets, performed better than expected. This means that the company, in addition to fulfilling Officine Maccafferri’s orders, must anticipate growing demands from the Balkan market due to various infrastructure projects being implemented or planned. Even though “Maccafferri Balkans” now operates in a large area with several buildings and 12 production lines, Robert Masha speaks of further investment plans, aiming to set up two additional production lines and increase the company’s storage capacities, among other



saj. Por “Maccaferri Balkans” si një kompani me përgjegjshmëri të theksuar sociale është angazhuar edhe në drejtim të përkrahjes financiare të projekteve të ndryshme siç është ekspozita Love as a Glass of Water e artistes Iva Lulashi në Ekspozitën e 60-të Ndërkombëtare të Artit-Bienale e Venecias.

Duke mbështetur Pavionin Shqiptar, Officine Maccaferri synon të theksojë angazhimin e kompanisë për vlerësimin e artit dhe kulturës vendase, ku Grupi është i pranishëm prej më shumë se njëzet vitesh, fillimisht me një prani tregtare dhe më pas, prej vitit 2009, me një fabrikë prodhimi, e sot ndër operatorët industrialë të konsoliduar. Që në fillim të viteve 2000, Maccaferri Balkans ka marrë pjesë në zbatimin e projekteve të rëndësishme të infrastrukturës dhe së fundmi ka inauguruar një fabrikë të re prodhimi në Shijak me synimin që ta kthejë në qendrën kryesore të prodhimit për zonën evropiane dhe të Lindjes së Mesme, si dhe qendër ekselence për zhvillimin e teknologjive bashkëkohore.

Bienalja e Venecias është ndër ngjarjet më prestigjioze të artit bashkëkohor, e njohur në të gjithë botën. E titulluar “Të huaj kudo” – “Foreigners Everywhere” dhe e kuruar nga Adriano Pedrosa, sivjet Ekspozita Ndërkombëtare shoqërohet me 88 Pjesëmarrje Kombëtare në pavionet historike në Xhardini, Arsenal dhe në qendrën historike të Venecias.

“Kemi kënaqësinë të mbështesim Pavionin Albania dhe artisten Iva Lulashi në një skenë të jashtëzakonshme si Bienalja e Venecias, një nga ngjarjet më të rëndësishme artistike në mbarë botën”, deklaroi Sergio Iasi, President i Officine Maccaferri. “Duke promovuar vlerën e artit dhe të kulturës shqiptare, ne synojmë të japim një demonstrim të mëtejshëm, për lidhjen tonë të fortë me vendin, ku pesëmbëdhjetë vjet më parë vendosëm të hapnim një degë prodhimi, duke marrë parasysh rëndësinë e madhe që ka tregu ballkanik në strategjinë tonë globale. Jemi krenar për investimet e kryera në Shqipëri dhe në një të ardhme të shpejtë do të angazhohemi për të zhvilluar më tej praninë tonë industriale”.

things. His managerial philosophy revolves around the concept of continuous management improvement, which is how he perceives and interprets his work at “Maccaferri Balkans.”

Thus, 2023 was successful for “Maccaferri,” its employees, and its leaders. “Maccaferri Balkans,” with a strong social responsibility, has also engaged in financially supporting various projects such as the “Love as a Glass of Water” exhibition by artist Iva Lulashi at the 60th International Art Exhibition - Venice Biennale. By supporting the Albanian Pavilion, Officine Maccaferri aims to emphasize its commitment to valuing local art and culture, where the Group has been present for over twenty years, initially with a commercial presence and since 2009 with a production plant, now among the consolidated industrial operators.

Since the early 2000s, “Maccaferri Balkans” has participated in the implementation of significant infrastructure projects and recently inaugurated a new production plant in Shijak, aiming to turn it into the main production center for the European and Middle Eastern regions, as well as a center of excellence for developing contemporary technologies.

The Venice Biennale is among the most prestigious contemporary art events globally. Titled “Foreigners Everywhere” and curated by Adriano Pedrosa, this year’s International Exhibition features 88 National Participations in the historic pavilions at Giardini, Arsenale, and Venice’s historic center.

“We are pleased to support Pavilion Albania and artist Iva Lulashi on an extraordinary stage like the Venice Biennale, one of the most important artistic events worldwide,” stated Sergio Iasi, President of Officine Maccaferri. “By promoting the value of Albanian art and culture, we aim to further demonstrate our strong connection with the country, where fifteen years ago we decided to open a production branch, considering the great importance of the Balkan market in our global strategy. We are proud of the investments made in Albania and will soon commit to further developing our industrial presence.”



RAM GECI

President i "GECI" Group

Emri i kompanisë: "GECI Group"
Xhiro e biznesit 2023: 21 milionë EURO
Numri i punonjësve: 300
Vendndodhja: Tiranë

RAM GECI

President of "GECI" Group

Company name: "GECI Group"
Turnover 2023: 21 million EUR
No. of employees: 300
Location: Tirana

Biznesi shqiptar tashmë ka një histori 30-vjeçare. Ai paraqitet i strukturuar dhe i konsoliduar, me një numër të konsiderueshëm operatorësh në çdo sektor. Por edhe pse ka mbi tri dekada që ushtrohet, të rralla janë bizneset që konkretizojnë idetë ose veprimet brilante të biznesit. Po qe se do të bëjmë një klasifikim me dhjetë idetë ose veprimet më brilante të biznesit shqiptar, padyshim që vendimin e biznesmenit të mirënjohur Ram Geci për të blerë "Hotel Tirana" do të duhet ta përfshijmë në to. Sepse nuk bëhet fjalë thjesht për blerjen e një aseti, sado i çmuar të jetë ai. Por nëpërmjet këtij veprimi të guximshëm – kujtojmë se Ram Geci ua bleu këtë hotel aksionerëve të tjerë private – ai shtroi një "rrugë" të re në veprimtarinë e tij. Pra pas qindra kilometrave rrugë të shtruara, të asfaltuara e të riparuar, pas ndërtimit ose rikonstruksionit të dhjetëra objekteve të infrastrukturës, ai gjykoj në momentin e duhur se kishte ardhë koha për një diversifikim të veprimtarisë së vet.

Zhvillimet e mëpasme treguan se ky nuk ishte një diversifikim i thjeshtë aktiviteti, pasi ecuria e Tirana International Hotel, e më vonë ndërtimi

Albanian business now has a 30-year history. It presents itself as structured and consolidated, with a considerable number of operators in every sector. However, despite over three decades of activity, it is rare for businesses to materialize brilliant business ideas or actions. If we were to classify the ten most brilliant business ideas or actions in Albanian business, we would undoubtedly have to include the decision of the well-known businessman Ram Geci to purchase "Hotel Tirana." This is not merely about acquiring an asset, however valuable it may be. Through this bold move—recalling that Ram Geci bought this hotel from other private shareholders—he paved a new "path" in his activity. After hundreds of kilometers of paved, asphalted, and repaired roads, and the construction or reconstruction of dozens of infrastructure objects, he judged at the right moment that it was time to diversify his activities.

Subsequent developments showed that this was not a simple diversification of activity, as the progress of Tirana International Hotel, and

Adresa: Zyra Qëndrore: Hotel Tirana Internacional, Nr 8 Tirane
 Tel/Fax: +355 4 22 70 723
 Cel: +355 67 406 0370
 E-mail: info@geci.com.al

Address: Central Offices: Hotel Tirana Internacional, Skenderbej Square, Nr 8 Tirane
 Tel/Fax: +355 4 22 70 723
 Cel: +355 67 406 0370
 E-mail: info@geci.com.al



edhe i hotelit superluksoz InterContinental i kanë dhënë Ram Gecit një identitet të ri: atë të një biznesmeni të rëndësishëm në sektorin e hotelierisë dhe të turizmit.

Askush nuk e di dhe nuk është në gjendje të kalkulojë se si do të ishte statusi i tij sot, po të vazhdonte në atë sektor ku ka vepruar që në fillimet e tij, pra në sektorin e punimeve në infrastrukturë. Mbase mund të kishte arritur sot që të kishte një ndër kompanitë që do të realizonte ndonjë projekt ndërtimi të ndonjë rruge me koncension, ashtu sikundër kanë vepruar biznesmenë të tjerë, por që aktivitetin e kanë

later the construction of the super-luxurious InterContinental hotel, gave Ram Geci a new identity: that of an important businessman in the hospitality and tourism sector.

No one knows and no one is able to calculate what his status would be today if he had continued in the sector where he began, namely in the infrastructure works sector. Perhaps he could have achieved having one of the companies that would carry out some construction project of a road under concession, just as other businessmen have done, but who started their activities later than he did. Because

nisur më vonë se ai. Sepse, kapacitetet teknike i kishte dhe i ka.

Shoqëria GECE Sh.p.k. ka në pronësi mbi 150 mekanizma, mjete dhe makineri, të cilat bëjnë të mundshëm realizimin me sukses të projekteve në fushën e ndërtimit:

- Fabrikë për prodhim asfalti.
- Fabrikë për prodhim betoni.
- Linjë për prodhim inertesh.
- Makineri të rënda gërmimi, eskavatorë me kapacitete të ndryshme.
- Mjete transporti të tonazheve të ndryshme, kryesisht mbi 25 tonë.
- Makineri dhe pajisje për ndërtimin e shtresave rrugore dhe asfaltike (asfaltoshtresues dhe rula vibratorë të llojeve të ndryshme, mjete për shpërndarje bitumi, instrumente matëse të ndryshme).
- Makineri për nivelime dhe ngarkime (autogredera, buldozerë, fadroma, JCB).
- Rimorkiator të tonazheve të rënda dhe të lehta, autovinç, autobote uji, autobote për transport dhe mbajtje karburanti.
- Mikser statikë dhe të lëvizshëm për prodhim dhe transport betoni.
- Servise statike dhe të lëvizshme për riparim të makinerive.
- Një numër të konsiderueshëm pajisjesh si: instrument për provat e ngarkesave statike, instrument për matjen e të dhënave rrugore, gjenerator trefazor e njëfazor, pompa uji, matrapik, miksera, vibrator, aparate saldimi, pajisje për lidhje plastike, skeleri, etj.

Pra, me fjalë të tjera kemi të bëjmë me një kompani që ka aftësinë dhe kapacitetet teknike dhe inxhinierike për të marrë përsipër çdo projekt, sado i vështurë e i komplikuar të jetë ai.

Por sikurse kemi thënë edhe herë tjetër, biznesi i rregullimit të infrastrukturës përfaqëson një aktivitet që kryhet nëpërmjet prokurimeve publike, e ku pretendentë për të marrë punë ka me dhjetëra e qindra kompani, përveçse ka qenë dhe mbetet biznes klientelist, ku shpesh nuk mjafton të japësh ofertën më të mirë. Ndaj, devijimi i Ram

he had and still has the technical capacities.

GECE Sh.p.k. owns over 150 mechanisms, tools, and machinery, which make it possible to successfully implement projects in the field of construction:

- Asphalt production plant.
- Concrete production plant.
- Inerts production line.
- Heavy excavation machinery, excavators with various capacities.
- Transport vehicles of different tonnages, mainly over 25 tons.
- Machinery and equipment for the construction of road and asphalt layers (asphalt pavers and vibratory rollers of various types, bitumen spreaders, various measuring instruments).
- Machinery for leveling and loading (motor graders, bulldozers, front loaders, JCB).
- Heavy and light-tonnage trailers, cranes, water tankers, fuel transport and storage tankers.
- Static and mobile mixers for concrete production and transport.
- Static and mobile services for machinery repair.
- A considerable number of equipment such as: instruments for static load tests, instruments for road data measurement, three-phase and single-phase generators, water pumps, jackhammers, mixers, vibrators, welding equipment, plastic connection equipment, scaffolding, etc.

In other words, we are dealing with a company that has the technical and engineering capabilities to undertake any project, no matter how difficult and complex it may be.

But as we have said before, the business of infrastructure regulation represents an activity carried out through public procurements, where there are dozens and hundreds of companies vying for work, besides being a client-based business, where often the best offer is not enough. Therefore, Ram Geci's deviation from



Gecit nga ky prioritet, por mosheqja dorë prej tij, përbën një leksion të vërtetë biznesi. “Rama i rrugëve” njihej dikur ai si rezultat i profilit që kishte ndërtuar nëpërmjet kompanisë GECL, ndërsa tani identiteti i tij kryesor është “Rama i 15-katëshit dhe i 37-katëshit”.

Se sa brilant ishte vendimi i tij për blerjen 100 për qind të kuotave të Tirana International Hotel u verifikua më vonë dhe vazhdon të verifikohet çdo vit, kur shikon rrugët e Tiranës të përmblytura me turistë. Se do vinte kjo ditë, mund ta kenë parashikuar pak vetë, por sigurisht që Ram Geci është njëri prej tyre. Ndaj dhe tashmë shijon suksesin e vet, qoftë nëpërmjet aktualitetit, qoftë nëpërmjet investimeve që i forcojnë së tepërmi perspektivën.

Prej të paktën tre vjetësh Grupi i tij realizon një aktivitet në kufirin e 25 milionë eurove dhe një fitim vjetor prej 3.5-4 milionë eurosh. Ndërkohë, investimi për përfundimin e InterContinental vazhdon pa ndërpreje, duke i ofruar kryeqytetit edhe një tjetër strukturë superluksoze me mbi 300 dhoma.

Miliarderi John Paul DeJoria e sheh suksesin si “shumë punë” gjatë gjithë kohës. Ai beson se “suksesi nuk ka të bëjë me paratë që keni. As me pozicionin që keni në punë e shoqëri. Suksesi ka të bëjë me sa mirë bëni diçka kur askush nuk është duke ju parë”.

Ky përcaktim i shkon fiks Ram Gecit.

this priority, without abandoning it, represents a true business lesson. He was once known as “Rama of the roads” due to the profile he had built through the GECL company, but now his main identity is “Rama of the 15-story and 37-story buildings.”

How brilliant his decision was to purchase 100% of the shares of Tirana International Hotel was verified later and continues to be verified every year, when you see the streets of Tirana flooded with tourists. Few could have predicted this day would come, but Ram Geci was certainly one of them. Thus, he now enjoys his success, whether through current achievements or through investments that greatly strengthen his prospects.

For at least three years, his group has realized an activity bordering 25 million euros and an annual profit of 3.5-4 million euros. Meanwhile, the investment for the completion of the InterContinental continues without interruption, offering the capital another super-luxurious structure with over 300 rooms.

Billionaire John Paul DeJoria sees success as “a lot of work” all the time. He believes that “success is not about the money you have. Nor about the position you have at work or in society. Success is about how well you do something when no one is watching.”

This definition fits Ram Geci perfectly.



ARBEN NDEREKA

President i kompanisë "LUFRA Foods"

Emri i kompanisë: "LUFRA Foods" Group
Xhiro e biznesit 2023: 21 milionë euro
Numri i punonjësve: 280
Vendndodhja: Lushnje

ARBEN NDEREKA

President of the company "LUFRA Foods"

Company Name: "LUFRA Foods" Group
Turnover 2023: 21 million EUR
No. of employees: 280
Location: Lushnje

Para pak kohësh komania LUFRA i ka bërë një ndryshim emrit të saj. Tani quhet "LUFRA Foods". Nuk është manovër e drejtuesve të saj për të përmirësuar a zbukuruar emrin e kompanisë, sepse LUFRA është tashmë nga brandet më të njohura të krijuara nga biznesmenët shqiptarë. Për hir të së vërtetës, brande shqiptare që qëndrojnë suksesshëm në treg nuk ka shumë. Kur i është dashur t'i gjenin një emër biznesit që krijuan, këtu e 32 vjet më parë, çifti Ndreka mund të mos jenë menduar shumë. I bënë një bashkim shkronjave të emrave të të dy djemve të tyre, Luis dhe Franc, dhe ja ku lindi emri i biznesit, LUFRA.

Zhvillimi i kompanisë përgjatë këtyre viteve e ka kthyer LUFRA-n në brandin më të suksesshëm shqiptar që konkuron fuqimisht edhe me brandet e njohura ndërkombëtare të kësaj natyre. Por le të mos i ndahemi arsyes së plotësisht të emrit, duke i shtuar LUFRA-s edhe shtesën Foods. Kjo ishte një nevojë, që nëpërmjet këtij emri më të plotë, të tregohet edhe më mirë e më saktë natyra e

Recently, the company LUFRA has changed its name. It is now called "LUFRA Foods." This is not a maneuver by its executives to improve or embellish the company's name, as LUFRA is already one of the most well-known brands created by Albanian entrepreneurs. To be fair, there are not many successful Albanian brands in the market. When they had to find a name for their business, 32 years ago, the Ndreka couple might not have thought much about it. They simply combined the letters from the names of their two sons, Luis and Franc, and thus the business name, LUFRA, was born.

The development of the company over these years has turned LUFRA into the most successful Albanian brand, competing strongly with well-known international brands of this nature. But let's not stray from the reason for completing the name by adding the suffix Foods to LUFRA. This was a necessity, as this more complete name better and more accurately reflects the nature of the company; its current physiognomy; and the stage

Adresa: Autostrada Lushnje - Fier km. 7
Lushnje – Albania
Tel: 037 47 30 74
Cel: 068 90 22 120
E-mail: marketing@lufra.net
Rrethet - Cel: 068 9022 123

Address: Autostrada Lushnje - Fier km. 7
Lushnje – Albania
Tel: 037 47 30 74
Cel: 068 90 22 120
E-mail: marketing@lufra.net
Rrethet - Cel: 068 9022 123



kompanisë; fizionomia aktuale e saj; stadi ku ka arritur ajo. Sepse është e vërtetë që kompania LUFRA, e themeluar që në vitin tashmë të largët 1992, nisi si biznes në fushën e përpunimit të qumështit. Mirëpo, përgjatë gjithë këtyre viteve ajo është rritur shumë, qoftë nga ana sasiore, duke zgjeruar pjesën e tregut që ka kapur në Shqipëri, e duke kërkuar tregje të reja nëpërmjet eksportit. Por nga ana tjetër, LUFRA ka zgjeruar edhe gamën e produkteve të veta. Pra tashmë LUFRA ofron edhe produkte të tjera përtej 43 produkteve dhe nënprodukteve të qumështit, rrjedhojë kjo e përpunimit të më se 60 tonëve qumësht në ditë, të siguruar nga bashkëpunimi me fermat më të mëdha të prodhimit të qumështit të freskët në vend, si dhe nga bashkëpunimi me më shumë se 1500 fermerë, e i pranuar pas një procesi analizash skrupuloze. Pjesë e aktivitetit të kompanisë tashmë janë bërë edhe shpërndarja dhe tregtimi i produkteve të tjera të njohura në tregjet globale si Estrela Damm, Paulaner, Bonizzi, Cremona, Nom etj.

Pjesë e rëndësishme e aktivitetit të LUFRA-s është edhe ambalazhimi dhe tregtimi i ujit “Dukat”. Pra, është e vërtetë që kur thuhet LUFRA, konsumatorët perceptojnë kompaninë e njohur të përpunimit të qumështit, pasi konsumatori “takohet” çdo ditë nëpër supermarketet ose marketet e lagjes me qumështin e freskët të saj, kosin, dhallën, e me djathrat

it has reached. It is true that the LUFRA company, founded in the now distant year of 1992, started as a business in the field of milk processing. However, over all these years, it has grown significantly, both in quantity, expanding the market share it has captured in Albania and seeking new markets through export. On the other hand, LUFRA has also expanded its product range. So now LUFRA offers other products beyond 43 dairy products and sub-products, a result of processing more than 60 tons of milk per day, secured through cooperation with the largest fresh milk production farms in the country, as well as collaboration with more than 1500 farmers, accepted after a scrupulous analysis process. Part of the company's activity now also includes the distribution and trading of other well-known products in global markets such as Estrela Damm, Paulaner, Bonizzi, Cremona, Nom, etc.

An important part of LUFRA's activity is also the packaging and trading of “Dukat” water. So, it is true that when LUFRA is mentioned, consumers perceive the well-known milk processing company, as the consumer “meets” its fresh milk, yogurt, buttermilk, and various cheeses produced by this company in supermarkets or neighborhood markets every day. Over 60 refrigerated vans and 30 transport vans distribute the company's products daily to over 95 percent of the country's territory, thus creating a close connection with the consumer.

In addition to the domestic market, LUFRA has

e ndryshme të prodhuara nga kjo kompani. Mbi 60 furgonë frigoriferikë dhe 30 furgonë transporti shpërndajnë çdo ditë në mbi 95 për qind të territorit të vendit produktet e kompanisë, duke krijuar kështu një lidhje të ngushtë me konsumatorin.

Përveç tregut vendas, ka disa vite që LUFRA ka zgjeruar aktivitetin edhe në Kosovë, duke ndërtuar një qendër të madhe shpërndarjeje atje, e cila i bashkëngjitet kështu edhe 4 qendrave të tjera moderne që ka kompania në Lushnjë, Tiranë, Sarandë dhe Korçë. Për ta ruajtur e forcuar reputacionin e kompanisë, drejtuesit jo më kot kanë ndjekur strategjinë e shpërndarjes në çdo qytet të Shqipërisë me metjet e veta dhe duke shërbyer në mbi 6000 pika shitjeje, pasi kjo mënyrë është gjykuar nga ata si më e mira për të ruajtur cilësinë e produkteve, për t'i çuar ato te konsumatori, ashtu sikurse ia kanë premtuar. Pra, si produkte të sigurta e cilësore.

Gjatë vitit 2023 LUFRA u vlerësua nga organizata Icertias me seli në Zvicër me çmimin “Best Buy” si kompania e përzgjedhur nga konsumatorët shqiptarë për raportin më të mirë cilësi-çmim për produktet e qumështit dhe kosit. Ky është një vlerësim shumë i rëndësishëm që e rendit “LUFRA”-n krahas kompanive më të mira globalisht si Unilever, P&G, Danone, etj.

Investimet që i shërbejnë perfeksionimit të aktivitetit nuk kanë munguar as gjatë vitit 2023. Këto investime strukturuan repartet e prodhimit të produkteve të ngurta e të lëngta, duke krijuar

expanded its activity in Kosovo for several years, building a large distribution center there, which joins the other 4 modern centers the company has in Lushnjë, Tiranë, Saranda, and Korça. To maintain and strengthen the company’s reputation, the executives have deliberately followed the strategy of distributing in every city of Albania with their own means and serving in over 6000 points of sale, as this method is judged by them as the best to maintain product quality, delivering them to the consumer as promised. So, as safe and quality products.

During 2023, LUFRA was awarded by the Icertias organization based in Switzerland with the “Best Buy” award as the company chosen by Albanian consumers for the best quality-price ratio for dairy products and yogurt. This is a very important recognition that ranks LUFRA alongside the best companies globally such as Unilever, P&G, Danone, etc.

Investments serving the perfection of activity have not been lacking during 2023. These investments structured the production departments of solid and liquid products, creating more space and opportunity to manage production more efficiently. New storage spaces were created for imported products, for which “LUFRA Foods” distributes in the Albanian market.

Certainly, in the context of global crises, LUFRA Foods’ activity would be somewhat challenged, and yet it not only withstood the storm but emerged stronger from it. Thus passing



më shumë hapësirë e mundësi për të menaxhuar më me efikasitet prodhimin. U krijuan hapësira të reja magazinuese për produktet e importuara, për të cilat “LUFRA Foods” bën distribucion në tregun shqiptar.

Sigurisht që në kontekstin e krizave globale edhe aktiviteti i LUFRA Foods do të sfidohej disi, e megjithatë ajo jo vetëm e përballoi stuhinë, por doli edhe më e fortë prej saj. Duke kaluar kështu një vit shumë të rëndësishëm në zgjerimin e kompanisë, inovacionin dhe angazhimin e palëkundur për përsosmëri.

Po nga ana financiare si performoi kompania përgjatë vitit 2023? Aktiviteti i saj rezultoi afro 21 milionë euro, çka do të thotë se krahasuar me një vit më parë ai u rrit me afro 30 për qind. Sigurisht që ndikimi i krizave globale ka ndikuar disi në efektivitetin e kompanisë, megjithatë ajo mundi të sigurojë sasinë e nevojshme të fondeve të investimeve vjetore, të jetë korrekte në maksimum me partnerët e saj, nga të cilët siguron lëndën e parë, si dhe t’u përgjigjet nevojave të kohës për t’i reflektuar e rritur pagat e punonjësve. “Lufra Foods” është kompani që bën pjesë në sektor të vështirë, siç është sektori prodhues, ndaj vlera e kësaj kompanie është e pallogaritshme për ndikimin e saj në stimulimin e blegtorisë. Por me manovrat e kohëve të fundit, duke shtuar në “shportën” e saj edhe shumë produkte të tjera, të njohura e më pak të njohura, është e sigurtë se kompania do të njohë rritje të mëtejshme në aktivitetin e saj.



a very important year in the company’s expansion, innovation, and unwavering commitment to excellence.

How did the company perform financially in 2023? Its activity resulted in approximately 21 million euros, which means it grew by about 30 percent compared to the previous year. Of course, the impact of global crises has somewhat affected the company’s effectiveness, yet it managed to secure the necessary amount of annual investment funds, be maximally correct with its partners, from whom it secures raw materials, as well as respond to the needs of the time to reflect and increase employee wages. “LUFRA Foods” is a company that is part of a difficult sector, such as the manufacturing sector, hence the value of this company is immeasurable for its impact on stimulating livestock. But with recent maneuvers, adding many other products to its “basket,” both well-known and less known, it is certain that the company will see further growth in its activity.



ALBAN UJKASHEJ

Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë "NELT Albania"

Emri i kompanisë: NELT Albania
Xhiro e biznesit 2023: 20.7 milionë euro
Numri i punonjësve: 160
Vendndodhja: Tiranë

ALBAN UJKASHEJ

General Director of "NELT Albania"

Company Name: NELT Albania
Turnover 2023: 20.7 million EUR
No. of employees: 160
Location: Tirana

Biznesi është një organizëm gjigant, aktorët e të cilit përjetojnë realitete dhe dinamika të ndryshme dhe kanë perceptime, gjykime e vizione të ndryshme. Për rrjedhojë marrin edhe veprime të ndryshme. Për shembull, aty ku dikush sheh se ka arritur limitet dhe ka shteruar të gjitha mundësitë e rritjes, dikush tjetër sheh potenciale të mëdha, perspektiva të mira. Për rrjedhojë, i pari quan veprim të arsyeshëm shitjen, i dyti blerjen.

Në një kontekst si ky, një arsyetim dhe një logjikë e tillë është ndjekë në rastin e NELT Albania. Nuk është kompani e krijuar nga fillimi, por përfaqëson një rast shitblerjeje të një kompanie tjetër shqiptare, të themeluar në vitin 2005, e që kishte krijuar një identitet të caktuar në treg si kompani distribucioni dhe tregtimi artikujsh të ndryshëm. Por në vitin 2018, NELT Group e pa të arsyeshme dhe të përshtatshme për planet e saj që ta blente këtë kompani. Nëpërmjet kësaj blerjeje, NELT Group realizoi së pari synimin për shtrirje edhe në një treg si Shqipëria. Ashtu sikurse ka vepruar në të gjitha vendet e Ballkanit, në

A business is like a giant organism, whose actors experience different realities and dynamics, and have varying perceptions, judgments, and visions. Consequently, they take different actions. For instance, where one person sees the limits reached and no further growth opportunities, another sees great potential and promising prospects. As a result, one may find it reasonable to sell, while the other sees it fit to buy.

In a context like this, such reasoning and logic were applied in the case of NELT Albania. It wasn't a company created from scratch, but the result of an acquisition of another Albanian company founded in 2005, which had established a certain identity in the market as a distributor and retailer of various products. However, in 2018, NELT Group deemed it both reasonable and fitting for its plans to purchase this company. Through this acquisition, NELT Group achieved its goal of expanding into a market like Albania, as it had already done in other Balkan countries like Serbia, North Macedonia, Kosovo, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, and pursued expansion into the European and even African



Serbi, Maqedoninë e Veriut, Kosovë, Bosnje e Hercegovinë, Malin e Zi dhe sikurse e ka kërkuar zgjerimin në tregun europian e deri edhe në tregje të kontinentit afrikan. NELT Albania kështu u bë dhe vazhdon të jetë njëra nga 22 kompanitë e Grupit NELT, i cili duhet thënë që është një grup i madh, me rreth 165 mijë metra katror sipërfaqe magazinimi, me mbi 5500 të punësuar, 1400 mjete transporti dhe që vetëm gjatë vitit 2023 ka realizuar 1.3 miliardë euro xhiro biznesi. Ndërkohë që kur është krijuar, në vitin 1992, aktiviteti i kompanisë ka nisur me 2 makina, 4 punonjës dhe me 500 metra katrorë sipërfaqe magazinuese. Kemi të bëjmë pra me një dinamikë impresonuese biznesi të arritur brenda pak më shumë se 30 viteve. Bëhet fjalë për hapa gjigandë të realizuar, që kanë çuar në jetësimin e një realiteti të mrekullueshëm biznesi.

Përveç strategjisë për zgjerimin e tregjeve, NELT Group ka parë ndërkohë tek procesi i përthithjes së kompanisë së dikurshme shqiptare edhe mundësitë e rritjes së saj. Dhe duket se llogaritë i ka bërë mirë, me laps në dorë dhe me realizëm. Gjithçka është vërtetuar me kalimin e viteve. Që nga viti 2018, NELT Albania njih vetëm rritje të aktivitetit, për të mbërritur në vitin 2023, kur shënohet edhe performanca më e mirë e kompanisë ndër vite. Afro 21 milionë euro aktivitet i regjistruar në vitin 2023, përbën rezultatin më të mirë të arritur nga NELT Albania dhe pothuaj dyfishim i tij, krahasuar me performancën e kompanisë vetëm 4 vite më parë.

Ecuria bëhet edhe më pozitive po qe se

markets.

NELT Albania thus became, and continues to be, one of the 22 companies within the NELT Group, which is worth noting as a large entity, with around 165,000 square meters of warehouse space, over 5,500 employees, 1,400 transport vehicles, and a business turnover of 1.3 billion euros in 2023 alone. Yet, when the company was founded in 1992, it started with just two vehicles, four employees, and 500 square meters of warehouse space. This is indeed an impressive business growth dynamic achieved in a little over 30 years. These are giant steps that have led to the realization of an extraordinary business reality.

In addition to its market expansion strategy, NELT Group saw in the acquisition of the former Albanian company an opportunity for its growth. It seems they did the math correctly, calculating everything realistically and carefully. Over the years, this has been proven true. Since 2018, NELT Albania has seen continuous growth in its activities, culminating in 2023, when the company achieved its best performance to date. Nearly 21 million euros in revenue were recorded in 2023, marking the company's best result ever, nearly doubling its performance compared to just four years earlier.

The company's trajectory becomes even more positive when we note that NELT Albania continues to operate as a distribution and sales company for various world-renowned brands. It should be emphasized that competition in this sector is fierce, with many companies engaging in

nënvizojmë faktin se NELT Albania vazhdon të funksionojë si një kompani distribuimi dhe shitjeje të produkteve të ndryshme, të brandeve të mirënjohura në botë. Duhet theksuar se konkurrenca në këtë sektor, kompanitë që kanë të njëjtën natyrë aktiviteti dhe fizionomi të tillë, pra që shpërndajnë dhe tregtojnë produkte të ndryshme në tregun shqiptar, janë të shumta. Ndërkohë, tregu shqiptar është i vogël, i pamjaftueshëm për të kënaqur e plotësuar ambiciet dhe objektivat e çdo kompanie të tillë. Megjithatë, rritja e aktivitetit të NELT Albania nga viti në vit, tregon se ajo e ka gjetë çelësin e duhur për të shtuar praninë e saj në tregun shqiptar nga viti në vit. Konsumatorët shqiptarë po shtojnë gjithnjë e më shumë preferencën e tyre për produkte të tregtuara nga NELT Albania nëpërmjet partnerëve të biznesit si SPAR, BIG MARKET, Eco Market, Extra Market, Alb Market, Xhangolli, ETC, Well. Dhe nuk janë produkte dosido, por artikuj cilësorë, brande të mirënjohura si HELL, JACOBS, NIVEA, Milka, Philadelphia, ARCOR, BBF, MUTTI, TUC, Toblerone, etj. Me kompanitë që i prodhojnë këto produkte, NELT Group ka një histori partneriteti mbi 30 vjeçare, dhe siç është e kuptueshme, vlera e një bashkëpunimi të tillë afatgjatë i shtrin efektet edhe në tregun shqiptar nëpërmjet NELT Albania-s.

Duke analizuar ecurinë e NELT Group ndër vite, duke parë historinë se si e ka nisur

similar activities, distributing and selling various products in the Albanian market. Moreover, the Albanian market is small and insufficient to satisfy the ambitions and objectives of every such company. Nonetheless, NELT Albania's year-on-year growth demonstrates that it has found the right key to increase its market presence annually. Albanian consumers are increasingly favoring products distributed by NELT Albania through its business partners such as SPAR, BIG MARKET, Eco Market, Extra Market, Alb Market, Xhangolli, ETC, and Well. These are not just any products, but high-quality items from well-known brands such as HELL, JACOBS, NIVEA, Milka, Philadelphia, ARCOR, BBF, MUTTI, TUC, Toblerone, and more. NELT Group has a 30-year-long partnership with the companies that produce these brands, and the value of such a long-term collaboration naturally extends its effects into the Albanian market through NELT Albania.

Analyzing NELT Group's progress over the years, observing how its operations began and where they have reached today, and seeing how the vision of its founders, managers, and employees has been rewarded, the future of NELT Albania becomes even clearer. What its exact performance will be in the future remains to be seen, but what can be said with certainty is that each year's performance will be better than the previous one. This is the lesson NELT Albania





aktivitetin dhe ku ka mbërritë deri tani, duke konstatuar mënyrën se si është shpërblyer vizioni i krijuesve, menaxherëve dhe puna e punonjësve të saj, atëherë edhe perspektiva e NELT Albania-s qartësohet më shumë. Se si do të jetë performanca e saj në të ardhmen konkretisht, kjo mbetet të shihet, por ajo që mund të thuhet me siguri është se performanca e çdo viti do të jetë më e mirë sesa ajo e vitit paraardhës. Sepse këtë leksion na ka dhënë Nelt Albania deri tani, këtë pritshmëri na ka stimuluar ajo. Sa më shumë vite të kalojnë, aq më e madhe do të bëhet prania e produkteve të saj në treg, aq më i fortë do të bëhet pozicioni i saj në sektorin ku operon e akoma më shumë do të rritet fuqia konkurruese e saj. Nëse aktualisht Nelt Albania përfaqëson një kompani jo të vogël në biznesin shqiptar, me rreth 3750 metra katrorë sipërfaqe magazinimi, me 105 makina shpërndarjeje dhe me 160 punonjës, e sigurt është se në të ardhmen kompania do të jetë edhe më e madhe se kaq.

has taught us so far, and it's the expectation it has encouraged. The more years that pass, the larger its market presence will become, the stronger its position in the sector in which it operates will grow, and its competitive power will increase even more. If NELT Albania currently represents a significant company in the Albanian business scene, with around 3,750 square meters of warehouse space, 105 distribution vehicles, and 160 employees, it is certain that in the future, the company will be even larger than this.





ERIDAN SKANA

Një rrugëtim i suksesshëm

Emri i kompanisë: "Bourgogne Franche-Comté Signaux"
Xhiro e biznesit 2023: 20 milionë euro
Numri i punonjësve: 70
Vendndodhja: Francë

ERIDAN SKANA

A Journey of Success

Company Name "Bourgogne Franche-Comté Signaux"
Turnover 2023: 20 million EUR
No. of employees: 70
Location: France

Eridan Skana pak kohë më parë ka inauguruar një ambient të ri prej 7000 metrash katrorë pranë Besançon-it për kompaninë e tij "Bourgogne Franche-Comté Signaux", e cila prodhon sinjalistikën rrugore për autoritetet lokale, kompanitë e autostradave (50% e shitjeve) operatorët dhe tregtarët privatë të paneleve.

Në moshën 43-vjeçare, Eridan Skana kryeson një grup lokal të specializuar në sinjalistikën rrugore, me një ekip prej 70 punonjësish të shpërndarë në tri lokacione: "Global Signalization", me bazë në "École-Valentin", "Hicon" në Vesoul dhe "Bourgogne Franche-Comté Signaux", e themeluar së fundmi në një ambient prej 7000 metrash katrorë, në një truall prej 24000 m² në komunën "Chemaudin et Vaux". Kompania e fundit u krijua në vitin 2020, pas blerjes nga Eridan Skana të kompanisë "Franche-Comté Signaux", e vendosur më pas në Rurey për më shumë se 30 vjet dhe e vënë në likuidim të detyrueshëm. Në vetëm tre vjet, sipërmarrësi jo vetëm që do ta kthejë kompaninë në rrugën e duhur, që është rezultat i një strategjie të bazuar veçanërisht në modernizimin e objekteve të prodhimit dhe ripërcaktimin e proceseve të prodhimit, por do të rrisë në mënyrë spektakolare edhe shitjet me dy milionë euro në vit. Kjo e fundit tani arrin në nëntë milionë euro dhe në të ardhmen e afërt pritet të kalojë 15 milionë euro.

Eridan Skana recently inaugurated a new 7,000-square-meter facility near Besançon for his company, "Bourgogne Franche-Comté Signaux," which produces road signage for local authorities, highway companies (50% of sales), and private panel operators and traders.

At the age of 43, Eridan Skana leads a local group specializing in road signage, employing 70 people across three locations: "Global Signalisation" based in "École-Valentin," "Hicon" in Vesoul, and the newly established "Bourgogne Franche-Comté Signaux" in a 7,000-square-meter facility on a 24,000 m² plot in the commune "Chemaudin et Vaux."

This latest company was created in 2020 after Eridan Skana acquired "Franche-Comté Signaux," which had been based in Rurey for more than 30 years and had been placed into compulsory liquidation. In just three years, the entrepreneur not only put the company back on track, thanks to a strategy focused on modernizing production facilities and redefining production processes, but also dramatically increased sales from two million euros annually. Today, sales reach nine million euros, with projections to exceed 15 million euros in the near future.



IVETËM NUK MUND TË BËSH ASGJË

Kjo histori suksesi është arritur kryesisht falë të aftësisë së Eridan Skanës për të planifikuar në mënyrë afatgjatë, për të ndërtuar një vizion, për t'i qëndruar atij dhe për t'ia transmetuar këtë vizion ekipit të tij. “Të vetëm nuk jemi asgjë!» pohon ai.

“Të dish se nga cilët njerëz do të rrethohesh, ky është një nga çelësat e suksesit. Nuk jam njeri i lehtë, jam shumë kërkues. Nuk më kanë pëlqyer kurrë fjalët e bukura, njerëzit që premtojnë gjëra të mëdha dhe në fund nuk i realizojnë. Unë mendoj se vetëm veprimet kanë rëndësi. Të gjithë mund të gabojmë. E kush është ai që nuk ka gabuar asnjëherë? Por duhet të jemi në gjendje t'i korrigjojmë gabimet dhe kjo mund të arrihet vetëm duke pasur në kokë një qëllim të qartë.

“Kjo është ajo që ua mësoj kolegëve, në mënyrë që të jemi të gjithë në sinkron dhe të gjithë të lëvizim në të njëjtën drejtim. Ideja është që ta bëjmë rrugëtimin së bashku. Nuk bëhesh drejtues ndërmarrjeje nisur nga interesa ekonomike, të paktën për mua nuk është kështu. Është një aventurë njerëzore që përbëhet nga rreziqe që duhet të dimë t'i masim. Që një ekip të funksionojë, duhet të jemi të aftë të tregojmë vendosmëri, të japim besim dhe të vlerësojmë çdo njeri. Kështu, unë i vë vetes synimin që të përpiqem dhe të përcaktoj një metodë për ta arritur këtë qëllim. Por nëse dikush më sugjeron një mënyrë më të mirë që mund të sjellë të njëjtin rezultat, unë e pranoj”.

ALONE, YOU CAN'T DO ANYTHING

This success story is largely due to Eridan Skana's ability to plan long-term, to build a vision, to stick to it, and to communicate this vision to his team. “Alone, we are nothing!” he asserts.

“Knowing who to surround yourself with is one of the keys to success. I am not an easy person, I am very demanding. I have never liked empty promises, people who talk big but fail to deliver. I believe that only actions matter. We all make mistakes. Who hasn't? But we must be able to correct our mistakes, and that can only be achieved by having a clear goal in mind.

“This is what I teach my colleagues so that we are all in sync and moving in the same direction. The idea is to make the journey together. You don't become a company leader driven by financial interests; at least, that's not the case for me. It's a human adventure full of risks that must be measured. For a team to function, we must be capable of demonstrating determination, giving trust, and valuing each individual. I set myself the goal of trying and defining a method to achieve that goal. But if someone suggests a better way that can lead to the same result, I accept it.”

Eridan Skana exudes confidence and determination, which have become part of him. This persistence is rooted in his childhood. Born

Eridan Skana rrezatonte një vetëbesim dhe një vullnet që është bërë njësh me të. Kjo këmbëngulje i ka rrënjët në fëmijërinë e tij. I lindur në Shqipëri nga nja baba inxhinier automobilash dhe nga një nënë mësuese, ai u rrit në një mjedis ku vlera e punës nuk ishte fjalë boshe. “I kam parë gjithnjë prindërit duke punuar dhe megjithëse jam rritë në një vend të varfër, në një krahinë të krishterë, nuk kam përjetuar kurrë dhunë dhe nuk i kam parë asnjëherë prindërit të grinden. Pikërisht ky terren i shëndetshëm, ky themel i fortë, më lejoi të nis rrugën drejt suksesit. Nuk ka rrugëtim të përsosur, por kur ke këtë lloj trashëgimie dhe bën një hap përpara, kjo të çon gjithnjë në rrugën e duhur”.

Djaloshi Eridan nuk kishte mbushur ende 20 vjet kur me këtë dëshirë për liri u largua nga Shqipëria për të provuar fatin larg vendit, që një dekadë më parë kishte vuajtur njëherë nga diktaturat më të egra komuniste në Europë. Kishte dëgjuar për Francën, vendin ku nëse punon fort, në fund shpërblehesh. Kështu mbërriti në Besançon dhe u regjistrua në fakultetin e drejtësisë.

Për të paguar studimet, gjeti një punë sezonale në “Franch-Comté Signalaux”, në Rurey, Doubs. Pasi u diplomua në vitin 2002, iu bashkua ekipit të kësaj kompanie të sinjalistikës rrugore si montues. Në pak më shumë se dhjetë vjet, filloi të ngrihej në

in Albania to an automotive engineer father and a teacher mother, he grew up in an environment where the value of hard work was not an empty word. “I always saw my parents working, and although I grew up in a poor country, in a Christian province, I never experienced violence or saw my parents argue. It was this healthy environment, this strong foundation, that allowed me to start my journey toward success. There is no perfect path, but when you have this kind of heritage and take a step forward, it always leads you in the right direction.”

Young Eridan had not yet turned 20 when, with this desire for freedom, he left Albania to try his luck far from a country that a decade earlier had endured one of Europe’s harshest communist dictatorships. He had heard of France, a country where if you work hard, you eventually get rewarded. So, he arrived in Besançon and enrolled in law school.

To pay for his studies, he found seasonal work at “Franch-Comté Signalaux” in Rurey, Doubs. After graduating in 2002, he joined the team of this road signage company as an assembler. In just over ten years, he climbed the ranks, trying all positions until he became the company’s director.





detyrë dhe i provoi të gjitha pozicionet, derisa u bë drejtor i kompanisë.

Në vitin 2014, duke mos ndarë më vizionin e menaxherit, vendosi të krijojë kompaninë e tij, “Global Signalisation”, të cilën e themeloi në École-Valentin, pranë Besançon-it. Ishte një sukses i menjëhershëm (më se tre milionë euro shitje), gjë që i mundësoi Eridan Skanës të blinte, në vitin 2018, konkurrentin e atëhershëm “Hicon”.

Po atë vit, Quentin Bourgeois, kontabilist i kompanisë, u bë krahu i djathtë i Eridan Skanës, i cili më pas i besoi drejtimin e kësaj blerjeje të re. Pas dy vjetësh, sipërmarrësi mëson se kompania, që i kishte dhënë një shans kur mbërriti në Francë, ishte në likuidim gjyqësor. “Propozimi i një oferte blerjeje ishte i qartë për mua, por përfaqësonte njëkohësisht një sfidë të vërtetë”.

«JAM I BINDUR QË VETËM PUNA TË SHPËRBLËN»

“Eridani më pyeti nëse doja të provoja. Reagova menjëherë pozitivisht. Atëherë më tha që të mendohesha dhe ta diskutoja me familjen, sepse përmasat e sfidës kësaj here ishin të ndryshme. Të nesërmen përgjigjja ime ishte përsëri po, duke qenë se isha i bindur se me Eridanin çdo gjë ishte e mundshme”, thotë Quentin Bourgeois, sot përgjegjës finance dhe prodhimi në “Bourgogne Franche-Comté Signalaux”.

Oferta lokale e të dyve nuk u pranua nga gjykata tregtare, e cila preferoi atë të një grupi të madh nga Franca veriore. “Një blerës i cili, ndryshe nga ne, nuk kishte asnjë interes real industrial për këtë vend

In 2014, no longer sharing the vision of the management, he decided to create his own company, “Global Signalisation,” which he founded in École-Valentin, near Besançon. It was an immediate success (with more than three million euros in sales), allowing Eridan Skana to acquire his then competitor “Hicon” in 2018.

That same year, Quentin Bourgeois, the company’s accountant, became Eridan Skana’s right-hand man, who then entrusted him with the management of this new acquisition. Two years later, the entrepreneur learned that the company that had given him a chance when he first arrived in France was in judicial liquidation. “The decision to make a purchase offer was clear to me, but it also represented a real challenge.”

“I’M CONVINCED THAT ONLY HARD WORK PAYS OFF.”

“Eridan asked me if I wanted to try. I immediately responded positively. He then told me to think it over and discuss it with my family because the scale of the challenge this time was different. The next day, my answer was still yes, as I was convinced that with Eridan, anything was possible,” says Quentin Bourgeois, now responsible for finance and production at “Bourgogne Franche-Comté Signalaux.”

The duo’s local offer was not accepted by the commercial court, which preferred that of a large group from northern France. “A buyer who, unlike us, had no real industrial interest in this site and had no intention of maintaining

DATA TË RËNDËSISHME

- 1980** U lind, më 18 tetor në Mirditë, Shqipëri.
- 2000** Mbërrin në Francë.
- 2002** Punësohet në Franche-Comté Signaux, në Rurey, në Doubs.
- 2014** Krijon kompaninë e tij "Global Signalisation" në École-Valentin.
- 2018** Blen "Hicon"-in në Vesoul.
- 2020** Blen "Franche-Comté Signals", të cilën e quan "Bourgogne Franche-Comté Signaux".
- 2023** Transferon kompaninë "Bourgogne Franche-Comté Signaux" në "Chemaudin et Vaux", në një ndërtesë prej 7000 metrash katrorë, pranë hyrjes së autostradës A36.

IMPORTANT DATES

- 1980** Born on October 18 in Mirdita, Albania.
- 2000** Arrives in France.
- 2002** Hired at "Franche-Comté Signaux," in Rurey, Doubs.
- 2014** Creates his company "Global Signalisation" in École-Valentin.
- 2018** Acquires "Hicon" in Vesoul.
- 2020** Acquires "Franche-Comté Signals," which he renames "Bourgogne Franche-Comté Signaux".
- 2023** Transfers "Bourgogne Franche-Comté Signaux" to "Chemaudin et Vaux," into a 7,000-square-meter building near the entrance to the A36 highway.

dhe që nuk kishte ndër mend të ruante punësimin".

Në vend që të hiqte dorë nga çështja, dyshja vijoi duke kërkuar mbështetjen e prokurorisë së Besançonit, e cila e apeloj vendimin. Katër muaj më vonë, Gjykata e Apelit e Besançonit hodhi poshtë "Nord Signalisation", në favor të Eridan Skanës. Ky i fundit më pas nisi rithemelimin e kësaj kompanie, të cilën e quajti "Bourgogne Franche-Comté Signaux". "Mjetet e prodhimit ishin vjetruar, m'u desh të investoja dy milionë euro në makineri për të rritur produktivitetin dhe përgjegjshmërinë e kompanisë, përpara se të hidhja një hap të ri dhe të transferoja ambientet në komunën "Chemaudin et Vaux", që ndodhej në hyrje të një autostrade.

NJË ETAPË E RE

E ndërtuar në zonën industriale "Echange", ndërtesa e re ka 1500 panele fotovoltaike (që mbulojnë pothuajse 90% të çatisë, ndërkohë që kuadri ligjor kërkon vetëm 30%), duke e bërë ndërtesën 100% të pavarur në energji. "Ne gjenerojmë pothuajse dyfishin e nevojave tona për energji elektrike dhe mund t'ia shesim tepriçen EDF-së", shpjegon Quentin Bourgeois.

"Këto ambiente i projektua në funksion të tre aktiviteteve tona: prodhimit të sinjalistikës rrugore, dorezave dhe shtyllave të larta (PPHM), të cilat ne jemi të vetmit që i ofrojmë, si prej alumini

employment."

Instead of giving up, the duo continued by seeking the support of the Besançon prosecutor's office, which appealed the decision. Four months later, the Besançon Court of Appeal ruled against "Nord Signalisation," in favor of Eridan Skana. He then began the revitalization of the company, which he named "Bourgogne Franche-Comté Signaux." "The production equipment was outdated, so I had to invest two million euros in machinery to increase productivity and the company's responsiveness before taking the next step and transferring the facilities to the commune 'Chemaudin et Vaux,' located at the entrance to a highway."

A NEW STAGE

Built in the "Echange" industrial zone, the new building has 1,500 photovoltaic panels (covering almost 90% of the roof, while the legal requirement is only 30%), making the building 100% energy-independent. "We generate almost twice our energy needs and can sell the excess to EDF," explains Quentin Bourgeois.

"We designed these facilities for our three activities: road signage production, high pole manufacturing (PPHM), which we are the only ones to offer, both in aluminum and steel, and

ashtu edhe prej çeliku, dhe planifikimit urban. Në seksionin e sinjalistikës bëmë ridizajnim, me qëllim që të mos kthehemi më. Investuam në një prerës lazer që na lejon të punojmë tre telajo alumini në të njëjtën kohë. Pra, sot në tri orë prerje ne konsumojmë dy tonë material, ndërsa më parë duhej një javë punë për të njëjtin vëllim. Njëkohësisht, jemi pajisur me një makineri, e cila përveç kursimit të kohës dhe materialeve, ofron mundësinë e zhvillimit të një game të re produktesh. Kemi krijuar edhe një godinë dedikuar lysterjes, të cilën dëshirojmë ta japim me qira për kompanitë vendase, me 30% destinacion të brendshëm dhe 70% të jashtëm”.

“Këto investime, në shumën prej 12 milionë eurosh, na lejojnë të fitojmë në korrektësi ndaj klientëve (ne mund të prodhojmë një panel për klientët tanë në vetëm gjysëm ore), në cilësi (në Francë jemi vetëm dy që pretendojmë një nivel të tillë cilësie me standardin e dyfishtë CE dhe NF), të rrisim normat e prodhimit, të reduktojmë punën e mundimshme, të bashkërendojmë veprimtarinë me kompani të ndryshme simotra, të rrisim besueshmërinë e makinerive (për shembull, investim në një stol saldimit gjysmautomatik dixhital që garanton zgjidhjen e problemeve në më pak se 24 orë), të reduktojmë gjurmën ekologjike, etj. Kjo është receta që një biznes të funksionojë sot”, përfundon Eridan Skana.

urban planning. In the signage section, we redesigned it so we won't have to go back. We invested in a laser cutter that allows us to work on three aluminum canvases at the same time. Today, in three hours of cutting, we consume two tons of material, whereas previously it took a week to work the same volume. At the same time, we equipped ourselves with a machine that, besides saving time and materials, offers the possibility of developing a new range of products. We also created a building dedicated to painting, which we wish to rent out to local companies, with 30% internal and 70% external destination.”

“These investments, totaling 12 million euros, allow us to improve our accuracy with clients (we can produce a panel for our customers in just half an hour), quality (in France, we are only two who claim such a level of quality with the double standard CE and NF), increase production rates, reduce strenuous work, coordinate activities with various sister companies, increase machine reliability (for example, investment in a semi-automatic digital welding bench that guarantees problem-solving in less than 24 hours), reduce the ecological footprint, etc. This is the recipe for making a business work today,” concludes Eridan Skana.





ETLEVA LARO

*Administratore e kompanive
"EFA Solution" dhe "ProDyn"*

Emri i kompanisë: EFA Solution dhe ProDyn
Khiri e biznesit 2023: 18 milionë euro
Numri i punonjësve: 900
Vendndodhja: Tiranë

ETLEVA LARO

*Administrator of "EFA Solution"
and "ProDyn" Companies*

Company names: EFA Solution and ProDyn
Turnover 2023: 18 million EUR
No. of employees: 900
Location: Tirana

Vështirësitë me të cilat janë ndeshur eksportuesit shqiptarë kohët e fundit janë bërë të njohura për të gjithë. Arsyeja kryesore ka të bëjë me kursin e këmbimit, ose më saktë me zhvlerësimin e euros kundrejt lekut shqiptar. Duke i pasur të ardhurat në euro, ndërkohë që shumicën e shpenzimeve i kanë në lekë, kuptohet pra që luhatja e "humorit" të euros krijon situata problematike për të gjithë ata biznesmenë që produktet i destinjnë për eksport. Të shumta kanë qenë ankesat e eksportuesve shqiptarë në drejtim të qeverisë, por prej saj kanë marrë rekomandimin për përshtatje të aktivitetit në kushtet e reja të krjuara. Duket pra se ato lloj industrish që deri tani kanë funksionuar relativisht mirë, sikurse është industria e prodhimit të këpucëve me porosi nga të tretët ose të prodhimit të tekstileve, ndodhen tashmë përpara domosdoshmërisë së përshtatjes së aktiviteve.

Në këtë kontekst, nuk kishte si të bënin përjashtim as kompanitë e Etleva Laros. Pra EFA Solution dhe ProDyn. Sigurisht, zhvlerësimi i euros në raport me lekun vendas ua ka prishur

The recent difficulties faced by Albanian exporters have become widely recognized. The primary reason pertains to the exchange rate, specifically the depreciation of the euro against the Albanian lek. With revenues in euros and most expenses in lek, the fluctuation of the euro creates problematic situations for businesspeople who export their products. Numerous complaints have been directed at the government by Albanian exporters, but the response has been a recommendation to adapt their activities to the new conditions. Consequently, industries that have functioned relatively well so far, such as the custom shoe production and textile manufacturing industries, are now faced with the necessity of adapting their activities.

In this context, Etleva Laro's companies, EFA Solution and ProDyn, are no exception. The depreciation of the euro relative to the local currency has impacted these companies' financial results and activity volumes. Both indicators have been below what they showed the previous year, but for objective reasons.



disi terezinë këtyre dy kompanive sa i takon rezultatit final financiar, pra, treguesit të fitimit, por edhe sa i takon volumit të aktivitetit të realizuar prej tyre. Të dy këta tregues kanë qenë poshtë asaj që treguan gjatë një viti paraardhës, por sikurse thamë për arsye objektive. Por domethënëse në ecuri të këtyre dy kompanive të Etleva Laros është fakti se ato edhe për vitin 2023 e ruajtën rëndësinë e tyre në kuadrin e ekonomisë kombëtare. Pra, të dyja kompanitë ruajtën numrin e fuqisë punëtore si dhe kontributin fiskal të buxhetin e shtetit.

Përpara Etleva Laros, si krijuese dhe administratore e dy kompanive të mirënjohura, shpaloset tashmë një sfidë e re – ajo e përshtatjes së aktivitetit në kushtet e reja të krijuara, që e kanë bërë të vështirë këtë aktivitet. Si një identifikuese e saktë e problematikës me të cilën ndeshet industria ku bën pjesë, si dhe me aftësinë për t’i gjetë zgjidhjet përkatëse për të kaluar në një stad të ri, Etleva Laro ka filluar nga puna, duke kërkuar që numrit të klientëve kryesorë t’i shtojë edhe një sërë klientësh të rinj që i përkasin segmentëve me çmime më të larta sesa ato që ka aktualisht. Kjo është e vetmja mënyrë për vazhdimin e punës, duke përballuar kostot përkatëse. Pra, krahas klientëve sistematikë të saj si Clark’s, Josef Seibel, Waldlaufer (lugina), Peter Kaiser, Kennel&Schmenger të sigurojë edhe klientë të rinj. Me Clark’s që është edhe

However, significant to the progress of Etleva Laro’s companies is the fact that they maintained their importance within the national economy in 2023. Both companies preserved their workforce numbers and their fiscal contributions to the state budget.

As the founder and administrator of two well-known companies, Etleva Laro now faces a new challenge—adapting activities to the new conditions, which have made this activity difficult. As an accurate identifier of the problems facing her industry and with the ability to find appropriate solutions to progress to a new stage, Etleva Laro has begun working to add new high-priced clients to her existing key clientele. This is the only way to continue operations and manage the associated costs. Thus, in addition to her regular clients like Clark’s, Josef Seibel, Waldlaufer, Peter Kaiser, and Kennel & Schmenger, she aims to secure new clients. A long-term cooperation contract has been signed with Clark’s, one of the main clients. ProDyn also collaborates with well-known partners such as Puma and Alexander McQueen. Everyone knows who Puma is—founded in 1948, it achieved a turnover of 8.5 billion euros in 2022, with over 18,000 employees and a profit of 358 million euros. Thus, ProDyn and EFA Solution continue to concretize their company philosophy, which involves not only

një nga klientët kryesorë, është nënshkruar një kontratë afatgjatë bashkëpunimi. Por Prodyn bashkëpunon edhe me partnerë të tillë të njohur, si Puma ose Aleksandre McQueen. Se kush është Puma e dijnë të gjithë. Mjafton të kujtojmë që është themeluar në vitin 1948 dhe që gjatë vitit 2022 realizoi një qarkullim prej 8.5 miliardë eurosh, me mbi 18 mijë të punësuar e me fitim prej 358 milionë eurosh. Kështu, Prodyn dhe EFA Solution hedhin hapa të mëtejme të konkretizimit të filozofisë së drejtimit të kompanisë që konsiston jo vetëm në rritjen e numrit të partnerëve, por edhe në ngritjen e stadit të bashkëpunimit, duke bërë pjesë të veprimtarisë edhe produkte të shtrenjta.

Nga ana tjetër, Etleva Laro ka gjykuar se kompanitë e saj kanë të nevojshme të kontraktojnë volume shtesë pune, për të arritur shfrytëzimin optimal të kapaciteteve që kanë kompanitë e saj. Pra nuk kemi të bëjmë me një biznesmene të dekurajuar nga rrethanat e reja e disi të pafavorshme, të krijuara për biznesin e saj, por edhe kompanitë e tjera të kësaj natyre. Përkundrazi. Kemi të bëjmë me një luftëtare të vendosur, për të mos hequr dorë nga suksesi, ashtu sikurse ka qenë deri më tani. Me pasë periodha të vështira në biznes është normale, me i tejkalu ato flet për karakterin e fortë të atij ose asaj që e bën të mundshme këtë.

A është e mundshme të realizohet strategjia që ka përcaktuar Etleva Laro për forcimin e



increasing the number of partners but also elevating the level of cooperation to include high-end products.

Additionally, Etleva Laro has determined that her companies need to contract additional work volumes to optimize their capacities. Thus, we are not dealing with a businesswoman discouraged by the new and somewhat unfavorable circumstances created for her business and other similar companies. On the contrary, she is a determined fighter who does not give up on success, as she has demonstrated so far. It is normal to experience difficult periods in business; overcoming them speaks to the strong character of the person who makes it possible.

Is it possible to realize the strategy that Etleva Laro has defined for further strengthening





mëtejme të perspektivës së kompanive të saj? Kjo s'ka as më të voglin dyshim. Sepse duke vepruar si deri tani, duke pasë si tipare kryesore të kompanive të saj cilësinë dhe korrektësinë, ajo ka fituar besimin e palëkundshëm të partnerëve të saj që përmendëm më lart. Dhe jo partnerë dosido, por kompani të mirënjohura në rang europian e botëror. Dhe përderisa ajo ka qenë në gjendje të meritojë statusin e partneres së këtyre kompanive, kjo do të thotë se edhe me klientë të rinj ajo do të mund ta ketë këtë rezultat. Kuptohet që objektivat e Eva Laros nuk janë sigurimi i mbijetesës së kompanive të saj, por shndërrimi i tyre në kompanitë më të mira të industrisë ku bën pjesë dhe realizimi i këtij objektiwi është thjesht çështje kohe.

her companies' prospects? There is no doubt. By continuing to operate as she has until now, with the main characteristics of her companies being quality and reliability, she has gained the unwavering trust of the partners mentioned earlier. These are not just any partners but well-known companies on a European and global scale. Since she has earned the status of partner with these companies, it means she can achieve similar results with new clients. It is understood that Etleva Laro's objectives are not merely to ensure the survival of her companies but to transform them into the best in their industry. Achieving this objective is simply a matter of time.





ASLLAN BARAJ

Drejtor i Përgjithshëm i Kombinatit të Qeramikës, "KID-ALB"

Xhiro e biznesit 2023: 17 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +40
Numri i punonjësve: 115
Vendndodhja: Maminas, Durrës

ASLLAN BARAJ

General Director of the Ceramic Combine, "KID-ALB"

Turnover 2023: 17 million EUR
Difference in % 23/22: +40
No. of employees: 115
Location: Maminas, Durres

Tek rasti i kompanisë "KID-ALB" gjendet shembulli më i mirë se si mund të lindë një biznes, si mund të menaxhohet dhe si mundet të krijohet suksesi i madh dhe i qëndrueshëm. Një leksion i vërtetë. Një përvojë e shkëlqyer dhe një histori brilante suksesi. Që nga mënyra e lindjes së tij. Sepse "KID-ALB" lindi si nevojë për vazhdimin e konkretizimit të pasionit që Asllan Baraj kishte për industrinë e qeramikës. Përvoja e gjatë e punës në këtë industri, si dhe skrupuloziteti i përhershëm në punë ishin "pasaporta" më e mirë, ishin dy garantuesit që një sipërmarrje e tillë, sikurse ishte ngritja e një fabrike të prodhimit të tullave do të kishte sukses.

Realiteti në atë kohë nuk ishte shumë bujar për stimulimin e nismave të tjera në këtë industri, pasi ekzistonin kompani të shumta. Ishin kompani që kshin pozicione të mira në treg, sikurse ishte fabrika e Lushnjes, e privatizuar nga italianët, fabrika e Tiranës, edhe kjo pronë e italianëve, dhe kishte fabrika të tilla në Lezhë, Fushë-Krujë, Korçë, Elbasan e në vende të tjera.

Mirëpo plani dhe vizioni për të mbërritur

The story of "KID-ALB" stands as a prime example of how a business can emerge, be managed, and achieve significant and sustainable success. It's a true lesson, an excellent experience, and a brilliant success story from its very inception. "KID-ALB" was born out of Asllan Baraj's passion for the ceramics industry, driven by his extensive experience and unwavering dedication to the field. These qualities were the best passports for such an enterprise, ensuring that a factory producing ceramic tiles would thrive.

At the time of its establishment, the reality wasn't very conducive to fostering new initiatives in this industry, given the presence of several well-established companies like the privatized Lushnja factory under Italians, the Tirana factory also owned by Italians, and others in Lezhë, Fushë-Krujë, Korçë, Elbasan, and beyond.

Nevertheless, the plan and vision for achieving success were clear in Asllan Baraj's mind. Utilizing new and contemporary technology to produce unquestionably high-quality products and managing costs to establish the right quality-



tek sukcesi ishte i qartë në kokën e Asllan Barajt. Teknologji e re dhe bashkëkohore që do të prodhonte produkt cilësor të padiskutueshëm, menaxhim i kostove me qëllim që të krijohet raporti i duhur cilësi-çmim. Ecuria e kompanisë ishte më shumë se e habitshme. Ajo arriti të ndërtonte reputacionin dhe besimin e palëkundshëm të klientit, zuri hapësirën e saj të konsiderueshme në treg dhe e konsolidoi atë vit pas viti. Por ajo çka e konfirmon edhe më shumë suksesin e kompanisë është se ajo arriti të likuadojë para afatit kredinë e marrë me qëllim ndërtimin e fabrikës, bashkë me interesat e saj.

Më pas, sikurse ka ndodhur shpesh në biznesin shqiptar, i erdhi radha ndarjes së partnerëve dhe Asllan Barajt iu desh të blinte kuotat e aksioneve nga partneri i tij. Për t'u bërë më pas pronar i 100 për qind të aksioneve. Të qenit pronar i vetëm i kompanisë i shtoi “shpejtësinë e lëvizjes” Asllan Barajt në menaxhimin dhe zgjerimin e biznesit. Sepse fill pas kësaj, duke qenë se vizionin për një kombinat qeramike nuk e kishte përmbushur plotësisht, iu përvesh punës për të ndërtuar edhe një fabrikë tjetër: atë të tullave dekorative.

Për investimin e saj, kompanisë së “vjetër” iu desh të merrte një kredi të re prej 5 milionë eurosh dhe tashmë fabrika e re është realitet. Por edhe pse ajo nuk ka filluar akoma nga puna, për arsye strategjike të kompanisë, kredia e marrë në sistemin bankar në emër të saj është likuiduar e tëra nga simotra e saj. Dhe kjo është bërë e mundur vetëm në sajë të ecurisë së shkëlqyer të kompanisë, e cila çdo

price ratio were pivotal strategies. The company's growth was remarkable. It built a reputation and unwavering customer trust, securing a significant market share and consolidating it year after year. What further confirms the company's success is its ability to settle its factory construction loan well ahead of schedule, including the interest.

Subsequently, as often happens in Albanian business, partnership divisions arose, leading Asllan Baraj to buy out his partner's shares, becoming the sole owner of 100% of the company's shares. This move accelerated Asllan Baraj's decision-making and business expansion. Shortly thereafter, driven by his unfulfilled vision for a ceramic combine, he dedicated himself to building another factory—a decorative tile plant.

For this new investment, the company had to secure a new loan of 5 million euros. Today, the new factory is a reality. Despite not yet being operational for strategic reasons, the company promptly repaid the entire loan and its interest thanks to its excellent financial performance, which records its outstanding achievements year after year. Each year sets envy-inducing benchmarks



vit regjistron performanca të shkëlqyeshme. Çdo vit shënon tregues për t'u pasë zili. Çdo vit përjeton realitetet e mrekullueshme, që i krijojnë mundësinë të jetë model në të gjitha aspektet.

Gjatë vitit 2023 “KID-ALB” regjistroi një aktivitet në nivelin e 17 milionë eurove, ndërkohë që në vitin paraardhës ai ishte 13 milionë euro. Në vitin 2023 kompania regjistroi një fitim fiskal prej 767 milionë lekësh, ndërkohë që një vit më parë ai ishte 550 milionë lekë. Në vitin 2023 kompania realizoi rreth 1.5 milionë euro investime të reja, kryesisht në mirëmbajtjen e teknologjisë dhe përmirësimin e mëtejshëm të sistemit të filtrimit, çka e e kthen atë në njërën nga fabrikat e tullave më miqësore me ambientin.

Sektori i ndërtimit në Shqipëri, sidomos në Tiranë, i është kthyer kohëve më të mira të tij. Kjo do të thotë një rritje e madhe për kërkesën për lëndë të para si tulla. Por KID-ALB ka vijuar me strategjinë dhe me politikën e gërshetimit të tregut të brendshëm me eksportin. Duke qenë se kjo kompani është e fokusuar dhe ka dëshmuar prej vitesh aftësi konkurruese në tregjet rajonale, ajo nuk e ka lënë pas dore eksportin, pavarësisht konjunkturës së favorshme në tregun e brendshëm. Sepse historia i ka mësuar kësaj kompanie leksionin se pikërisht eksporti ka qenë “varka” e shpëtimit të saj, atëherë kur sektori i ndërtimit në Shqipëri u bllokua nga mosdhënia e lejeve të ndërtimit për disa vjet.

Jo vetëm kaq, por edhe vetë fabrikat, si ajo e prodhimit të tullës masive, e ajo e tullave dekorative, janë konceptuar e ndërtuar me një kapacitet të tillë që një pjesë të produktit ta prodhojnë e ta destinojnë për eksport. Ndaj, nga ambientet e kësaj kompanie, çdo ditë dalin dhjetra e dhjetra kamionë të ardhur nga Kosova, Maqedonia e Veriut, Mali i Zi e deri në Itali dhe kjo ndodh sepse ndërtuesit nga këto vende janë tashmë të bindur për cilësinë e “tullës së Maminasit”. Pavarësisht se gjatë vitit 2023 eksporti i kompanisë zuri rreth 30 për qind të totalit të aktivitetit, që për hir të së vërtetës duhet thënë se nuk është raporti më i mirë, pasi në vitet e mëparshme kompania ka mundur të ketë



and experiences remarkable realities, making it a role model in all aspects.

In 2023, “KID-ALB” recorded a turnover of 17 million euros, up from 13 million euros the previous year. The company achieved a fiscal profit of 767 million lekë, compared to 550 million lekë a year earlier. Additionally, it invested approximately 1.5 million euros in new technologies and further improvements to its filtration system, making it one of the most environmentally friendly tile factories.

The construction sector in Albania, especially in Tirana, is experiencing its golden age, leading to increased demand for primary materials such as tiles. However, “KID-ALB” continues its strategy of balancing domestic market focus with exports. Known for its competitive edge in regional markets, the company maintains its export orientation despite favorable domestic market conditions. History has taught this company that exports were its lifeline during years when the Albanian construction sector faced setbacks due to permit issues.

Moreover, the factory itself, both the mass production and decorative tile plants, were designed and built with capacity to allocate a portion of their products for export. Hence, trucks leave the company’s premises daily, bound for Kosovo, North Macedonia, Montenegro, and even Italy, as builders in these countries trust the quality of “Maminasit tiles.” Although exports

edhe 40 për qind të aktivitetit të saj në eksport. Megjithatë duke ditur që kushtet për eksport janë përkeqësuar si rrjedhojë e zhvlerësimit të euros, ulja e peshës në eksport duket e justifikuar.

Shumë kompani e biznese përjetojnë problematika me sigurimin e fuqisë punëtore. Vetë biznesi shqiptar ka qenë sistematikisht problematik me trajtimin, kryesisht financiar, të punonjësve të vet. Por “KID-ALB” nuk ka probleme të tilla. Dhe s’ka pse të ketë, pasi punonjësit i ka konsideruar gjithmonë si pjesë e rëndësishme të kompanisë, si pjesë të familjes, duke i trajtuar financiarisht ashtu siç duhet. Mjafton të kujtojmë se gjatë vitit 2023 paga mesatare bruto e 115 punonjësve ishte 120 mijë lekë në muaj, nivel ky që është thujse dyfishi i pagës mesatare bruto të biznesit shqiptar. E pra, në të tilla kushte nuk ka se si suksesi të mos jetë i pranishëm.

Koha ecën për çdokënd, e prandaj edhe për Asllan Barajn. Por ai akoma nuk ka rënë në rutinën e menaxhimit të asaj që ka arritur të ndërtojë. Projekte të tjera ka ndërtuar në kokën e tij, për të cilat ka filluar të punojë për konkretizim. Kur e filloi fabrikën e tullave, sipërfaqja e fabrikës ishte 2.5 hektarë. Tani ajo ka arritur në 10 hektarë. Një agrofermë moderne me të gjitha perimet dhe frutat e mundshme ka filluar të marrë formë, aty, ngjitur me fabrikën, produktet e të cilës do konsumohen nga vetë anëtarët e familjes 115 vetëshe “KID-ALB”. Por edhe pas mbarimit të këtij projekti nuk mund të thuash me siguri që Asllan Baraj do të bjerë në qetësi. I mësuar me punë sistematike, i provokuar në mënyrë të vazhdueshme drejt përmirësimit dhe perfeksionit, ai do të projektojë të tjera plane e të tjera punë. Për të qenë gjithmonë ashtu sikurse ka qenë deri më tani – një personalitet i suksesshëm absolut i biznesit shqiptar.



accounted for about 30% of total activity in 2023, down from previous years where it reached 40%, this adjustment reflects justified considerations amid the euro depreciation.

While many businesses in Albania struggle with workforce challenges, “KID-ALB” stands out for its systematic approach to treating employees, viewing them as integral to the company’s success and family. In 2023, the average gross salary for 115 employees was 120,000 lekë per month, nearly double the Albanian business average. Thus, under such conditions, success is inevitable.

Time moves forward for everyone, including Asllan Baraj. Yet, he remains vigilant in managing and expanding what he has built. He has other projects in mind, such as the modern agrofarm adjacent to the factory, where produce will be consumed by the “KID-ALB” family members. Even after completing this project, Asllan Baraj shows no signs of slowing down. Accustomed to systematic work, continuously driven toward improvement and perfection, he will design more plans and projects to maintain his status as an absolute success in Albanian business.



GJERGJ LUCA

President i kompanisë "ROZAFI"

Emri i kompanisë: "ROZAFI"
Xhiro e biznesit 2023: 16.5 milionë euro
Numri i punonjësve: 666
Vendndodhja: Elbasan

GJERGJ LUCA

President of the company "ROZAFI"

Company Name: "ROZAFI"
Turnover 2023: 16.5 million EUR
No. of employees: 666
Location: Elbasan

Gjergj Luca është sipërmarrës unik, i ndryshëm nga pothuajse e gjithë klasa e biznesmenëve shqiptarë. Ai ka dëshirë të flasë, të kritikojë, të predikojë, të përçojë mesazhe. Pra ka dëshirën për të qenë me ndikim në jetën publike me veprimtarinë e tij publike. Një sjellje e tillë nuk është ajo e një njeriu të vetëkënaqur, i cili, pasi ka shkruar kapituj të rëndësishëm suksesi me veprimtarinë e tij kryesore si biznesmen, ka vendosë ta shijojë e përjetojë këtë sukses në këtë mënyrë. Pra me protagonizëm publik. Kjo mënyrë të vepruari e të jetuari e të përjetuari nga ana e Gjergj Lucës është më se normale, është thjesht e zakonshme për të. Sepse Luca, sikurse e thërrasin pothuaj të gjithë, është një njeri me një raport të shkëlqyer me të vërtetën, një person inteligjent që di se si mund të ecë përpara shoqëria e Shqipëria. Është një person spektakolar. Ndaj nuk ngurron të "bërtasë", të "ulurasë" e të tregojë konkretisht se si e ka fituar këtë të drejtë sepse, si shumë persona të tjerë ka ditur të ndërtojë një kompani tejet të suksesshme, Rozafa-n.

Një kompani të vlefshme jo vetëm për të,

Gjergj Luca is a unique entrepreneur, distinct from almost the entire class of Albanian businessmen. He enjoys speaking, criticizing, preaching, and conveying messages. He desires to have an impact on public life through his public activities. This behavior is not that of a complacent man who, after having written important chapters of success with his main activity as a businessman, has decided to enjoy and experience this success through public protagonism. This way of acting, living, and experiencing is entirely normal for Gjergj Luca. It's simply common for him. Because Luca, as almost everyone calls him, is a man with an excellent relationship with the truth, an intelligent person who knows how society and Albania can move forward. He is a spectacular person. Thus, he doesn't hesitate to "shout," "yell," and demonstrate concretely how he earned this right, because, like many others, he knew how to build an extremely successful company, Rozafa.

A company valuable not only to him but one that represents, in its entirety, a national asset. A company that has made a significant contribution



por një kompani që përfaqëson në tërësinë e saj një pasuri kombëtare. Kompani, e cila ka një kontribut të madh në fuqizimin e ekonomisë detare në Shqipëri, duke grumbulluar, tregtuar e përpunuar peshk. Duke zënë me punë 666 punëtorë të zonave të Elbasanit e Maliqit. Duke qenë kompani aktive në eksport. Duke shndërruar zona të vdekura me ngrehina të amortizuara si ato të Labinotit apo Maliqit në oaza të shkëlqyera, ku punohet, jetohet e argëtohet. Por si pak të tjerë ose aspak të tjerë, Gjergj Luca nuk ka si qëllim final lekët që të kushtëzojë edhe sjelljen e vet në funksion të tyre. Pra nuk i ka përshtatur interesave të tij si biznesmen, sjelljen e tij si njeri i lirë, duke u mjaftuar me ecurinë e suksesshme të

to strengthening the maritime economy in Albania, by collecting, trading, and processing fish. Employing 666 workers from the areas of Elbasan and Maliq. Being active in exports. Transforming dead zones with dilapidated buildings like those in Labinot or Maliq into excellent oases where people work, live, and enjoy themselves. But unlike others, or perhaps no one else, Gjergj Luca does not have money as the final goal to condition even his behavior in their function. He hasn't adapted his behavior as a free man to his interests as a businessman, content with the successful progress of his business and remaining passive.

On the contrary, he wants to contribute to society not only as a businessman but also as a person who knows how to move forward, how





sipërmarrjes e duke ndejtur pasiv.

Përkundrazi. Ai dëshiron të japë kontributin e tij kundrejt shoqërisë, përveçse si biznesmen, edhe si një njeri që di se si ecet përpara, se si krijohet sukcesi. Ai ka një pikë të dobët, ndryshe nga biznesmenët e tjerë, që vetërrethohen me një heshtje misterioze dhe kërcënuese në të bërit të gjërave. Ai nuk mund të heshtë. Ai flet, ndoshta më hapur se ç'na pëlqen, thotë disa të vërteta, për të cilat nuk jemi gati t'i dëgjojmë, zemërohet për shqetësimet që pajtueshmëria jonë i asgjësoi me zakonshmëri. Ai i jep zë shpirtit të vet që trazohet keq nga gjërat e këqija. Flet sinqerisht dhe shpesh tregohet aq transparent, sa të na ballafaqojë me ujditë dhe kompromiset që bëjmë me të patoluerushmen, me fajet tona, të cilat kurrsesi nuk janë problem dhe aq më pak shqetësim për të, por si qytetar syhapur i këtij vendi, flet, bërtet, tensionohet, shpesh e tepron, por ama ai i thotë gjërat troç, i bindur se pak janë ata, të cilëve kjo u shkon sipas oreksit.

Në fund të fundit ai është ai, Gjergj Luca, njeriu që merr energji nga densiteti i veprimtarisë së përditshme, është ai që nuk mund ta parashikosh, është një potencial njerëzor që arrin të vërë në lëvizje një superstrukturë të përbindshme të veprimtarisë ekonomike shqiptare, siç është "Rozafa". Ai mund të jetë gjithkund dhe gjithkush në gjithçka dhe në çdo gjë që prania e tij sfidueshëm kërkon të jetë. Është i njerëzishëm në totalin e sjelljeve të veta, madje edhe kur shpërthen në urtësi të dliërë dhe në "çmenduri" të skajshme. Përgjithësisht paragjykohet dhe keqkuptohet, sikundër ai kurrë

success is created. He has a weak spot, unlike other businessmen who surround themselves with a mysterious and threatening silence in getting things done. He cannot remain silent. He speaks, perhaps more openly than we like, stating some truths we aren't ready to hear, getting angry at the concerns that our compliance has normalized. He gives voice to his soul, which is deeply disturbed by bad things. He speaks sincerely and is often so transparent that he confronts us with the deals and compromises we make with the intolerable, with our own faults, which are by no means a problem, and even less of a concern for him, but as a vigilant citizen of this country, he speaks, shouts, gets tense, often overdoes it, but he speaks the truth bluntly, convinced that few people will find this to their liking.

In the end, he is who he is, Gjergj Luca, the man who draws energy from the density of daily activities, the one who cannot be predicted, a human potential capable of setting in motion a monstrous superstructure of Albanian economic activity, like "Rozafa." He can be everywhere and anyone in everything and anything where his presence challengingly demands to be. He is humane in all his behaviors, even when he bursts into pure wisdom and extreme "madness."





nuk e ka pretenduar se ka ardhur në realitetin shqiptar si një sipërmarrës që duke u shtirur kërkon të tregojë se është ai që nuk mund të jetë.

Kjo për mënyrën se si ai ka zgjedhur t'i bëjë gjërat, për mënyrën e të bërit biznes, por edhe për konturimin e marrëdhënieve me njerëzit, si "thembra e Akilit" të suksesit. Sepse tek ai ka diçka përtej këtij kategorizimi, ose më saktë, tek ai është mishëruar një biznesmen i kalkuluar nga tekstet e mjeshtrisë së bërjes biznes dhe suksesit. Ai është në kuptimin e pakontestueshëm një biznesmen kalibri. Puna që ai shndërron në akt krijimi, tregon se ai është armik i këtij profili biznesmenësh, me të cilin ekonomia shqiptare ka pasur fatin e keq të lidhë të sotmen dhe të ardhmen e mirëqenies dhe të progresit.

E nisi aktivitetin rreth 30 vjet më parë, me pak varka të vogla, ndërsa sot ka një flotë të vërtetë peshkimi. Filloi aktivitetin me disa ambiente të thjeshta në portin e Shëngjinit, sot ka ndërtuar "qytete" në zonën e Labinotit e të Maliqit, duke i kthyer ato edhe në destinacione ku shkojnë klientë të panumërt për qëllime shijimi ushqimesh e kalimi kohe të lirë.

E nisi me kuota modeste peshku të zënë, kurse sot aktivitetin e ka të sofistikuar, ku përveç tregut vendas, një pjesë të mirë përfaqësohet nga eksporti.

Ky pra është Gjergj Luca, biznesmeni që influencon pozitivisht në jetën e komuniteteve me veprimtarinë e tij konkrete si sipërmarrës i suksesshëm.

Generally, he is prejudiced and misunderstood, just as he never claimed to have come to the Albanian reality as an entrepreneur pretending to be someone he could never be.

This is due to the way he has chosen to do things, the way of doing business, but also for shaping relationships with people, as the "Achilles' heel" of success. Because there is something beyond this categorization in him, or rather, in him, a businessman calculated from the texts of the art of doing business and success is embodied. He is, in the undisputed sense, a businessman of caliber. The work he transforms into an act of creation shows that he is an enemy of this profile of businessmen, with whom the Albanian economy has had the misfortune to tie the present and the future of welfare and progress.

He started the activity about 30 years ago, with a few small boats, while today he has a real fishing fleet. He began the activity with some simple facilities in the port of Shëngjin, today he has built "cities" in the area of Labinot and Maliq, turning them into destinations where countless clients go for the purpose of enjoying food and spending leisure time.

He started with modest quotas of fish caught, while today his activity is sophisticated, where besides the domestic market, a good part is represented by exports.

This is Gjergj Luca, the businessman who positively influences the lives of communities through his concrete activities as a successful entrepreneur.





HEKURAN BRAHIMAJ

Drejtor i Përgjithshëm i kompanisë EMANTE

Emri i kompanisë: EMANTE
Xhiro e biznesit 2023: 16.5 milionë euro
Numri i punonjësve: 135
Vendndodhja: Durrës

HEKURAN BRAHIMAJ

General Director of EMANTE

Company Name: EMANTE
Turnover 2023: 16.5 million EUR
No. of employees: 135
Location: Durrës

Shumica e biznesmenëve që kanë sot pozita të forta dhe dominuese në biznesin shqiptar janë bërë të tillë nëpërmjet një rrugëtimi që ka nisur në fillim të viteve 90-të. Pra, atëherë kur nisi ndryshimi i sistemit ekonomik dhe Shqipëria përqafoi sistemin që bazohej pikërisht tek ushtrimi i iniciativës së lirë private. Dhe kur shumëkush u turr të ngulë flamurin e aktivitetit të vet në truallin e lirë, në truallin e pazënë të biznesit shqiptar. Por ama, historitë më interesante dhe më të bukura të biznesit janë shkruar vite më pas. Atëherë kur edhe biznesi ishte i strukturuar dhe i konsoliduar, dhe ekonomia ishte më e formalizuar. Ashtu sikurse ka bërë Hekuran Brahimaj me kompaninë e tij, EMANTE.

Pasi futi në xhep diplomën e bio-kimistit nga Fakulteti i Shkencave të Natyrës, ai e zgjidhi dilemën në kërkim të fatit e progresit të vet, në favor të emigracionit. Dhe shpenzoi jo pak, por plot 12 vjet në emigrim. Por nuk i konsumoi këta vjet në mënyrë rutinë. Nuk e përjetoi këtë periudhë të rëndësishme kohore duke u ndjerë i vetëkënaqur e i vetërealizuar pse arrinte të përmbushte nevojat bazike të jetës për vete e familjen.

Most businesspeople who hold strong and dominant positions in the Albanian business world today started their journey in the early 1990s. This period marked the beginning of a new economic system in Albania, one that embraced the free market and private enterprise. It was a time when many rushed to stake their claim in the unoccupied business landscape. However, the most interesting and inspiring business stories have been written in the years since, as businesses became more structured and consolidated, and the economy became more formalized. Such is the case with Hekuran Brahimaj and his company, EMANTE.

After earning a degree in biochemistry from the Faculty of Natural Sciences, Brahimaj chose to pursue his fortunes abroad. He spent 12 years in emigration but didn't pass these years in a routine manner. Instead of feeling satisfied simply by meeting the basic needs of life for himself and his family, he was driven by a strong desire for change. Armed with the willpower necessary to achieve such missions, his experience as an immigrant in Greece served as a valuable opportunity to explore



I pajisur me dëshirën e madhe për ndryshime të mëdha në statusin e vet, i “armatosur” edhe me vullnetin që duhet për të bërë të mundshme misionet të tilla, e gjithë eksperiencia si emigrant në Greqi i shërbeu edhe si përvojë për t’u orientuar e piketuar se çfarë aktiviteti mund të ndërtonte. Dhe paralel me këtë realizoi një mori vëzhgimesh e studimesh, për të konkluduar nëse ia vlejte të merrej me atë që kishte identifikuar si aktivitetin e ardhshëm. Dhe kur argumentet i dhanë përgjigje pohuese kësaj dileme, nuk vonoi, por ndërtoi në vitin 2006 një pikë tregtimi të materialeve të ndërtimit, paneleve sanduic, profileve metalike dhe plastike dhe përpunimit të llamarinës në Vorë të Tiranës. Sigurisht që suksesi nuk mungoi, pasi nisja që ndërmori nuk ishte spontane apo e tipit “kokë a pil”, por ishte një nismë e mirëstuduar.

Brenda një dekade, avantazhet e shumta konkurruese bënë dallimin e EMANTE-s nga kompanitë e tjera. Mirëpo Hekuran Brahimaj e dinte që me korrë një sukses nuk është më e vështirë sesa të vazhdosh të korrësh në vazhdimësi sukses. Ai e kishte shumë të qartë se suksesi duhet të jetë i qëndrueshëm dhe afatgjatë dhe për ta bërë të mundshme këtë, duhej që tek EMANTE të mbizotëronte inovacioni dhe risitë, çka do të bënin të mundshme që ajo të qëndronte një hap përpara konkurrentëve. Dhe kështu, në vitin 2018 lindi fabrika e prodhimit të paneleve sanduic dhe e aksesoreve të tij. Në këtë mënyrë, Hekuran Brahimaj i bëri një ndryshim tejet të rëndësishëm biznesit, kur kaloi nga importues dhe tregtues i produkteve, në prodhues dhe tregtues të tyre. Është një metamorfozë e rëndësishme, që i siguron kompanisë një perspektivë akoma më të mirë, e më të qëndrueshme. Nëpërmjet një kompanie

and identify potential business activities. Alongside this, he conducted numerous observations and studies to determine whether pursuing his identified business venture was worthwhile. When the evidence pointed affirmatively, he didn’t hesitate, and in 2006, he established a trading point for construction materials, sandwich panels, metal and plastic profiles, and sheet metal processing in Vora, Tirana. The success of this initiative was not unexpected, as it was a well-studied move rather than a spontaneous one.

Within a decade, EMANTE’s numerous competitive advantages set it apart from other companies. However, Brahimaj knew that achieving initial success was not as challenging as maintaining continuous success. He was well aware that success must be sustainable and long-term, and to achieve this, EMANTE needed to prioritize innovation and new ideas, which would keep the company ahead of its competitors. Consequently, in 2018, a factory for the production of sandwich panels and their accessories was established. This significant shift transformed EMANTE from an importer and trader of products to a manufacturer and trader. This metamorphosis provided the company with a more stable and promising future. Through a modern, automated company that operates with only four employees and has significant production capacities, EMANTE has not only met the domestic market’s needs for quality products but also exported 50% of its production. The company’s success in international markets, where quality and reliability are key, brings Brahimaj a great sense of pride, as “you can’t break into international markets through connections or favoritism, but only through quality and correctness,” as he says.

moderne, të automatizuar, që funksionon me vetëm 4 punonjës, me kapacitete shumë të mëdha prodhimi, EMANTE ka arritur që jo vetëm të përbushë nevojat e tregut vendas me produkte cilësore, por njëkohësisht, të destinojë e të shesë 50 për qind të prodhimit të saj në eksport. Dhe është pikërisht treguesi i eksportit, projektet e ndryshme të realizuara nëpër vende të ndryshme të botës, ai që i jep Hekuran Brahimajt një kënaqësi të ligjshme. Sepse, “në tregjet ndërkombëtare nuk çahet dot me njohje e me konjuktura, por me cilësi e korrektesë”, thotë ai.

Së fundmi EMANTE, duke ndjekur edhe trendet e investimeve, i ka shtuar portofolit të produkteve dhe shërbimeve edhe realizimin e bazamenteve të parqeve fotovoltaike. Natyrisht, me cilësinë maksimale, por edhe të harmonizuar me çmimet e arsyeshme, krahasuar me produktet e kësaj natyre të ardhura nga importi. Kur njihesh me histori të tilla impresionuese suksesi, ku një person braktis statusin e emigrantit dhe kthehet në atdhe e ndërton një biznes, më pas transformohet nga tregtar në prodhues, e më vonë nga importues në eksportues, sigurisht që është e pashmanshme pyetja që ka të bëjë me çelësin e këtij suksesi.

“Çelësi i suksesit tonë? Dëshira për inovacion dhe për të qenë gjithmonë një hap përpara trendeve të industrisë. Teksa vijojmë të investojmë në teknologjinë më të fundit që ne të kryesojmë në industri dhe duke ofruar vazhdimisht produkte dhe shërbime të cilësisë së lartë, ne kemi fituar reputacionin e partnerit serioz dhe të besueshëm për klientët tanë. Fryma e ekipit dhe përkushtimi ynë për të garantuar cilësi kanë qenë thelbësore në rritjen dhe zgjerimin tonë përtej territorit shqiptar.



Recently, following investment trends, EMANTE has expanded its product and service portfolio to include the construction of foundations for photovoltaic parks. Naturally, this work is carried out with maximum quality, while also being harmonized with reasonable prices compared to similar imported products.

When you hear such impressive success stories—where someone leaves behind the status of an immigrant, returns home to build a business, and then transforms from a trader into a manufacturer and finally from an importer to an exporter—it’s inevitable to ask about the key to this success.

“The key to our success? A desire for innovation and to always stay one step ahead of industry trends. As we continue to invest in the latest technology to lead the industry while consistently offering high-quality products and services, we have earned a reputation as a serious and reliable partner for our clients. Team spirit and our commitment to ensuring quality have been essential in our growth and expansion beyond Albanian borders. We are always open to new opportunities and partnerships and welcome collaboration with our clients and partners. Our goal is to work together to provide the best possible solutions that meet your needs and requirements. Client and partner relationships are extremely important to us, and we are ready to



Ne jemi gjithmonë të hapur ndaj mundësive dhe partneriteteve të reja dhe mirëpresim bashkëpunimin me klientët dhe partnerët tanë. Qëllimi ynë është të punojmë së bashku për të ofruar zgjidhjet më të mira të mundshme që përmbushin nevojat dhe kërkesat tuaja. Marrëdhëniet me klientët dhe partnerët janë tepër të rëndësishme për ne dhe jemi të gatshëm të shkojmë edhe më tej për të vendosë marrëdhënie afatgjata”- shpejgon Hekuran.

Emante Manufacturing është kompani lider në fushën e prodhimit të paneleve sanduiç. Qëllimi i saj kryesor është arritja e standardeve më të larta të përsosmërisë. Të specializuar në prodhimin e paneleve sanduiç nëpërmjet teknologjisë së fundit, ne synojmë të sjellim produkte të besueshme që përmbushin më së miri kërkesat e investitorëve modernë dhe të ekspertëve të industrisë. Vite të tëra ia kemi kushtuar hulumtimit dhe inkorporimit të teknologjisë së fjalës së fundit, kryesisht në ndërtimin e godinave publike dhe private. Emante kërkon të përqafojë teknika të suksesshme dhe efikase, në mënyrë që më tej të ketë rezultat në punën e saj origjinale

Objektivi kryesor i saj është të ofrojë sisteme ndërtimi inovative të një cilësie të lartë, me kosto të leverdishme, që të mos dëmtojnë mjedisin dhe me konsum të ulët të energjisë elektrike. Kapaciteti prodhues i kompanisë për ndërtimin e kontenerëve, kryesisht për përdorim industrial dhe komercial, është i konsoliduar dhe i garantuar, duke ofruar produkte të cilësisë së lartë e me kosto të ulët, ku përparësi ka përmbushja e kërkesave të klientit. Në vitin 2015, kompania bëri investime të mëdha për zgjerimin e veprimtarisë dhe përmirësimin e teknologjisë.

Emante ka një fuqi punëtore prej 135 punonjësish, 39 me kohë të plotë dhe 96 me kohë të pjesshme. Stafi kryesor me kohë të plotë është përgjegjës për veprimtarinë bazë të kompanisë, ndërsa stafi ynë me kohë të pjesshme mbulon role specifike, si punë të përkohshme ose sezonale. Pasja e një përzierje të personelit me orar të pjesshëm dhe atij me orar të plotë i mundëson kompanisë t'i përgjigjet në mënyrë efikase ndryshimeve në kërkesë.

go further to establish long-term relationships,” explains Hekuran.

Emante Manufacturing is a leading company in the production of sandwich panels. Its main goal is to achieve the highest standards of excellence. Specializing in the production of sandwich panels through the latest technology, Emante aims to deliver reliable products that meet the needs of modern investors and industry experts. Years have been dedicated to research and incorporating the latest technology, primarily in the construction of public and private buildings. Emante seeks to embrace successful and efficient techniques, which will further impact the quality of its original work.

The company's main objective is to offer innovative construction systems of high quality, at affordable costs, that do not harm the environment and consume low amounts of electricity. Emante's production capacity for the construction of containers, mainly for industrial and commercial use, is consolidated and guaranteed, providing high-quality products at low costs, with a focus on meeting client demands. In 2015, the company made significant investments to expand its operations and improve technology.

Emante has a workforce of 135 employees, 39 full-time and 96 part-time. The core full-time staff is responsible for the company's basic operations, while the part-time staff covers specific roles, such as temporary or seasonal work. This mix of part-time and full-time personnel allows the company to respond efficiently to changes in demand.





FATOS CERENISHTI

*President i "Grand Blue Fafa"
dhe "Fafa Premium Resort"*

Xhiro e biznesit 2023: 15 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +80
Numri i punonjësve: 300
Vendndodhja: Durrës

FATOS CERENISHTI

*President of "Grand Blue Fafa"
and "Fafa Premium Resort"*

Turnover 2023: 15 million EUR
Difference in % 23/22: +80
No. of employees: 300
Location: Durrës

Fatos Cerenishti njihet tashmë nga të gjithë si pionieri i turizmit shqiptar. Por fillimet e tij në biznes i ka në sektorin e ndërtimit. Pra në atë sektor që ka qenë dhe vazhdon të mbetet bujar sa u takon fitimeve që siguron si sektor. Kështu që është e lehtë të përfytyrohet se po që se Fatos Cerenishti do të vazhdonte aktivitetin në ndërtim, pse jo, sot ai mund të klasifikohet tek ndërtuesit e mëdhenj të Shqipërisë. Por një ditë të bukur, shumë vite më parë, ai vendosi t'i dedikohet turizmit, duke vlerësuar pikërisht ato avantazhe që ka Shqipëria, dhe që e bëni në atë kohë vendin tonë një vend të prapambetur, por me potencial e perspektivë turistike. Pra Fatos Cerenishti la një degë biznesi fitimprurëse, sikurse ishte ndërtimi, për t'i hyrë një tjetër biznesi, i cili kishte të dobët aktualitetin në atë kohë, por perspektivën e kishte të shkëlqyer.

Dhe kjo është ajo që dallon njerëzit vizionarë. Ata shikojnë larg, shikojnë atë që nuk mund ta shikojnë njerëzit e zakonshëm. Vizionarët e dinë se do të shpërblehen një ditë për saktësinë e

Fatos Cerenishti is now widely recognized as a pioneer in Albanian tourism. However, his beginnings in business were in the construction sector. This is the sector that has been, and continues to be, generous in terms of profits. It's easy to imagine that if Fatos Cerenishti had continued his activity in construction, he might well have been classified among the leading builders in Albania today. But one beautiful day, many years ago, he decided to dedicate himself to tourism, recognizing the very advantages that Albania had at that time, making our country a backward place but with tourist potential and prospects. Thus, Fatos Cerenishti left a profitable business sector like construction to enter a different business that had weak current relevance at the time, but excellent prospects.

This is what distinguishes visionary people. They look far ahead, seeing what ordinary people cannot. Visionaries know that they will be rewarded one day for the accuracy of their

Adresa: Mali i Robit, Golem, Durres, Shqipëri
 Cel: +355 69 70 01 353
 Fax: +355 55 800 800
 Email: @fafa.al
 Website: www.fafa.al

Address: Robi Mountain, Golem, Durres, Albania
 Cel: +355 69 70 01 353
 Fax: +355 55 800 800
 Email: @fafa.al
 Website: www.fafa.al



parashikimeve të tyre. Vërtet që Fatos Cerenishti mund të kishte disa para më shumë, nëse do të vazhdonte të ishte ndërtues midis mijëra ndërtuesve, por këngësinë që ka përjetuar duke qenë protagonist i turizmit shqiptar, nuk do ia jepte kurrë ndërtimi. Sepse, edhe kur vendosi t'i përkushtohet turizmit, nuk ishin parësore kërkesat për fitime të mëdha. Pra nuk e filloi eksplorimin e këtij sektori me idenë së do të bënte pasuri më të madhe sesa me ndërtimin. Për këtë ishte i vetëdijshëm. Protagonizmi i tij në turizëm filloi si ambicie, si “kokëfortësi” dhe sfidë e një personi që kur sheh resorte të bukura jashtë, e kap dëshira dhe guximi për të ndjekur të njëjtën rrugë. Njësoj sikurse kanë vepruar edhe kolegët e tij, pronarë të resorteve jashtë vendit. Por duke qenë ndër të parët biznesmenë që guxuan të investojnë në turizëm, Fatos Cerenishti iu desh të përballej edhe me vështirësi, që vinin nga infrastruktura e dobët e për të cilën është përgjegjëse shteti, me skepticizmin e të huajve për çdo gjë që lidhet me Shqipërinë, me mungesën e personelit të përshtatshëm që është i aftë për të ofruar shërbim cilësor, e që e duan aq shumë të huajt.

Parësore në të gjithë veprimtarinë e tij ka qenë

forecasts. Indeed, Fatos Cerenishti might have had a bit more money if he had continued to be a builder among thousands of builders, but the satisfaction he has experienced as a protagonist in Albanian tourism could never have been provided by construction. Even when he decided to focus on tourism, high profit demands were not a priority. He did not start exploring this sector with the idea of making greater wealth than in construction. He was aware of that. His role in tourism began as ambition, “stubbornness,” and a challenge for someone who, when seeing beautiful resorts abroad, felt the desire and courage to follow the same path, just as his colleagues who own resorts abroad did. But being among the first entrepreneurs to dare to invest in tourism, Fatos Cerenishti had to face difficulties, such as poor infrastructure for which the state is responsible, foreign skepticism about anything related to Albania, and the lack of suitable personnel capable of providing high-quality service, which foreigners greatly desire.

The primary focus of his entire activity has been to contribute to the development of the country, to the development of a sector for

dhënia e një kontributi për zhvillimin e vendit, për zhvillimin e një sektori, për të cilin Shqipëria ka të gjitha avantazhet dhe bukuritë natyrore. Të tjerat, ato që varen nga njeriu, nga politika, bëhen me kalimin e kohës, mjafton të ekzistojë dëshira e mirë. Me ngritjen e Fafa Premium Resort, e më vonë të Grand Blue Fafa Resort, me përshtatjen edhe të godinave të tjera në funksion të turizmit, Fatos Cerenishti e ka bërë të veten. Ka ndërtuar dy komplekse gjigante, pas asnjë dallim, për mënyrën si funksionojnë nga resorte të tjera jsh të Shqipërisë e ku shkojnë jo pak Shqiptarë.

Grand Blue Fafa Resort ndodhet pikërisht përballë Rivierës Shqiptare, në plazhin e bukur të gjatë të Golemit, Durrës. Vetëm 35 minuta nga Aeroporti i Tiranës 'Nënë Tereza' dhe më pak se 20 minuta nga Porti i Durrësit.

Grand Blue Fafa Resort është një hotel i ri mbresëlënës me një arkitekturë mahnitëse të ndërtuar në një plazh të mrekullueshëm të Golemit, ideal për ata që kërkojnë të kenë pushimet e tyre të qeta dhe që mbeten gjatë në kujtesë.

Resorti ofron përvojat më të mira të mikpritjes për familjet dhe çiftet, duke siguruar një larmi të gjerë shërbimesh dhe lehtësirash, si për të pushuar ashtu edhe për nevojat e biznesit.

Ndërsa Fafa Premium përfshin 98 dhoma standarde, 12 dhoma familjare dhe 49 kostume. Të gjitha dhomat kanë ballkone me pamje nga deti dhe janë të pajisura me kondicioner, minibar, kasafortë, TV LCD dhe tharëse flokësh. Fafa Premium Resort ka dy restorante (restoranti kryesor all inclusive ku kuzhina shqiptare dhe ajo ndërkombëtare europiane kombinohen së bashku dhe restorant a la carte, bar pishine, bar plazhi, dy pishina të hapura për të rritur dhe për fëmijë, plazh me rërë të pajisur me çadra dhe shezlonë, sallë konferencash, miniklub për fëmijë, kënd lojërash, wifi falas dhe parkim.

Tashmë të dy resortet e tij kanë arritur të kenë aktivitete të konsoliduara, por që vijnë edhe në rritje nga njëri vit në tjetrin. Kështu, të dyja Fafa-t, pra "Grand Blue Fafa" dhe "Fafa Resort" kanë regjistruar gjatë vitit 2023 një aktivitet në kuotën e 20 milionë eurove. Është një aktivitet në nivele



which Albania has all the advantages and natural beauties. The rest, those that depend on people and politics, will be addressed over time, as long as there is good will. With the establishment of Fafa Premium Resort, and later Grand Blue Fafa Resort, and the adaptation of other buildings for tourism, Fatos Cerenishti has made it his own. He has built two giant complexes, without any distinction, for the way they operate compared to resorts outside Albania where many Albanians also go.

Grand Blue Fafa Resort is located directly opposite the Albanian Riviera, on the beautiful long beach of Golem, Durrës. Only 35 minutes from Tirana International Airport 'Mother Teresa' and less than 20 minutes from the Port of Durrës.

Grand Blue Fafa Resort is a new impressive hotel with stunning architecture built on a wonderful beach in Golem, ideal for those seeking a peaceful vacation that remains memorable. The resort offers the best hospitality experiences for families and couples, providing a wide range of services and amenities for both relaxation and business needs.

Fafa Premium includes 98 standard rooms, 12 family rooms, and 49 suites. All rooms have

impresionuese dhe që tregon se hotelet e këtyre resorteve po mbushen në të gjithë kapacitetin e tyre dhe në një sezon turistik që zgjatet deri në fund të muajit shtator.

Tani që resortet e Fafa-s, “Grand Blue Fafa” dhe “Fafa Premium” kanë krijuar fizionominë e tyre, burimet e tyre të furnizimit me turistë të huaj, kanë arritur një nivel të lartë shërbimi, mundësuar nga mbi 300 punonjësit e tyre, përpara Fatos Cerenishtit është shfaqur një preokupim tjetër. I vetëdijshëm se një kompleks i mirë dhe i bukur stonon kur është i rrethuar nga ndërtime demode, i bindur se suksesi nuk kërkon vetëm resort të bukur, por edhe zonë të bukur, ai ka filluar nga puna për “korrigjimet” e duhura. Dhe nëse këtë kapacitet e shton edhe në të ardhmen, ky nuk është qëllim në vetvete i tij për sa më shumë kapacitete hoteliere, por thjesht përpjekje për t’i përmirësuar sa të jetë e mundshme zonat përreth hoteleve të veta. E vërteta është se tashmë edhe hotelet e tjera në bregdetin e Durrësit dhe të Kavajës janë të standardeve më të larta bashkëkohore, të bukura e me projekte të shkëlqyera, por kjo nuk do të thotë se e kaluara anarkiste nuk ka lënë gjurmë që duhet eliminuar. Dhe ky është qëllimi kryesor i Fatos Cerenishtit dhe investitorëve të tjerë të sektorit turistik.



balconies with sea views and are equipped with air conditioning, minibar, safe, LCD TV, and hairdryer. Fafa Premium Resort features two restaurants (a main all-inclusive restaurant combining Albanian and European international cuisine and an à la carte restaurant), a pool bar, a beach bar, two outdoor pools for adults and children, a sandy beach equipped with umbrellas and sunbeds, a conference room, a kids’ club, a play area, free Wi-Fi, and parking.

Both of his resorts have achieved consolidated activities and are continuously growing year by year. Thus, both Fafa resorts, namely “Grand Blue Fafa” and “Fafa Resort,” recorded an activity worth 20 million euros in 2023. This impressive activity level shows that these resorts are filling to their full capacity and maintaining a tourist season that extends until the end of September.

Now that the Fafa resorts, “Grand Blue Fafa” and “Fafa Premium,” have established their identity, their sources of foreign tourist supply, and have achieved a high level of service, supported by over 300 employees, Fatos Cerenishti faces another concern. Aware that a good and beautiful complex contrasts when surrounded by outdated constructions, convinced that success requires not only a beautiful resort but also a beautiful area, he has started working on the necessary “corrections.” If this capacity is expanded in the future, it is not his ultimate goal to increase hotel capacities but simply an effort to improve the surrounding areas as much as possible. The reality is that other hotels on the coast of Durrës and Kavajë now also meet the highest contemporary standards, are beautiful, and have excellent projects, but this does not mean that the anarchic past has not left traces that need to be eliminated. And this is the main goal of Fatos Cerenishti and other investors in the tourism sector.



LAURENTIU HUTANU

*Drejtor i Përgjithshëm
i kompanisë "Uji i Ftohtë Tepelenë"*

Xhiro e biznesit 2023: 14.7 milionë euro
Ndryshimi në % 23/22: +4
Numri i punonjësve: 80
Vendndodhja: Tepelenë

LAURENTIU HUTANU

*General Director of the
company "Uji i Ftohtë Tepelenë"*

Turnover 2023: 14.7 million EUR
Difference in % 23/22: +4
No. of employees: 80
Location: Tepelena

“**V**iti 2023 ishte shumë sfidues sa u përket aktiviteteve tona në shkallë vendi, si dhe në aspektin e eksporteve. Rritja e volumeve totale të shitjeve – që regjistroi +5% krahasuar me vitin 2022 – kërkoi një përpjekje të madhe për të menaxhuar një proces zhvillimi të lidhur me rritjen shumë të shpejtë të biznesit të orientuar drejt tregjeve ndërkombëtare”.

Një pikëpamje e përgjithshme e vitit 2023 është bërë nga Laurentiu Hutanu, drejtor i përgjithshëm i Uji i Ftohtë Tepelenë, kompani e ACIES Group Italy, e cila punon në bashkëpunim të ngushtë me Coca-Cola Bottling Shqipëria.

“Shitjet neto për vitin 2023 - vazhdon drejtori Hutanu - shkuan nga 14.1 milionë euro në vitin 2022 në 14.7 milionë euro në vitin 2023, një rritje prej 4%. Sa i përket EBIT mbi xhiron, kompania arriti në 9.2%. Kjo prirje pozitive është diktuar nga faktorë të shumtë: nga njëra anë, rritja e flukseve turistike në vend – me një bum të vërtetë të pranisë – nga ana tjetër,

“**T**he year 2023 was very challenging regarding our activities on a national scale as well as in terms of exports.

The increase in total sales volume – which recorded a +5% increase compared to 2022 – required a significant effort to manage a development process related to the very rapid growth of the business oriented towards international markets.”

An overview of the year 2023 has been provided by Laurentiu Hutanu, General Director of Uji i Ftohtë Tepelenë, a company of ACIES Group Italy, which works in close collaboration with Coca-Cola Bottling Shqipëria.

“Net sales for the year 2023 – continues Director Hutanu – went from 14.1 million euros in 2022 to 14.7 million euros in 2023, a 4% increase. Regarding EBIT over turnover, the company reached 9.2%. This positive trend is driven by multiple factors: on one hand, the increase in tourist flows in the country – with a real boom in presence – and on the other hand, strong demand for the product in Sicily: a phenomenon linked



kërkesa e fortë për produktin në Sicili: një fenomen i lidhur me cilësinë e ujit tonë, praninë masive në kanalet e shpërndarjes dhe planin e komunikimit të zhvilluar në Sicili, që ka lejuar Tepelenën të pozicionohet mes 5 ujërave më të mira të ishullit”.

Uji i Ftohtë Tepelenë ka investuar 1.3 milionë euro në vitin 2023 për instalimin e një paletizuesi të ri, për rinovimin e makinerive mbështjellëse PET dhe për blerjen e linjës së re të shisheve: PET 5L dhe 10L Natural.

Tepelena ka mbështetur edhe iniciativa edukative-kulturore: «Ndër shumë aksione të realizuara, është edhe sponsorizimi me institutin “Mëso për Kosovën” - përfundon ai - për ngritjen e cilësisë së arsimit në Kosovë. Ky program kishte fokus të veçantë për fëmijët e Fshatit të Fëmijëve SOS dhe u zhvillua me

to the quality of our water, massive presence in distribution channels, and the communication plan developed in Sicily, which has allowed Tepelenë to position itself among the top 5 waters on the island.”

Uji i Ftohtë Tepelenë invested 1.3 million euros in 2023 for the installation of a new palletizer, the renewal of PET wrapping machines, and the purchase of a new bottle line: PET 5L and 10L Natural.

Tepelenë has also supported educational and cultural initiatives: “Among the many actions carried out, there is also the sponsorship with the institute ‘Learn for Kosovo’ – he concludes – for raising the quality of education in Kosovo. This program had a special focus on the children of the SOS Children’s Village and was developed with the contribution of notable figures, including the



DRITA
NË FUND TË BURIMIT



kontributin e figurave të njohura, përfshirë edhe kryeministrin e Kosovës. Prezantimet e tyre kontribuan në rritjen e vetëdijesimit për rëndësinë e arsimit dhe përcollën idetë dhe strategjitë më të fundit për të përmirësuar cilësinë e sistemit arsimor”. Së fundi, angazhimi i madh për të mbështetur ekipin kombëtar të futbollit: «Një aventurë e madhe – përfundon Hutanu – që na pa në fushë si sponsor kryesor. Presidenti ynë Luca Busi e përqafoi këtë projekt 20 vjet më parë dhe jo vetëm për fitoret, duke besuar fort në potencialin e një ekipi dinamik dhe ambicioz si kompania jonë: në maj 2024 u rinovua kontrata me FSHF-në (Federata Shqiptare e Futbollit); krenar për mbështetjen e Shqipërisë”.

Prime Minister of Kosovo. Their presentations contributed to increasing awareness about the importance of education and conveyed the latest ideas and strategies to improve the quality of the educational system.” Finally, a major commitment to support the national football team: “A great adventure – concludes Hutanu – that saw us on the field as the main sponsor. Our president Luca Busi embraced this project 20 years ago and not only for the victories, firmly believing in the potential of a dynamic and ambitious team like ours: in May 2024, the contract with FSHF (Albanian Football Federation) was renewed; proud of supporting Albania.”





SKERDILAJD FARIA

President i kompanisë "SOMBRERO" (KEIT)

Emri i kompanisë: **SOMBRERO**
 Xhiro e biznesit 2023: **9.5 million EURO**
 Numri i punonjësve: **180**
 Vendndodhja: **Tiranë**

SKERDILAJD FARIA

President of the company "SOMBRERO" (KEIT)

Company Name: **SOMBRERO**
 Turnover 2023: **9.5 million EUR**
 No. of employees: **180**
 Location: **Tirana**

Doktor, cila ishte performanca e kompanisë Sombbrero përgjatë vitit 2023?

Sombbrero sh.p.k. apo siç e njohin pjesa më e madhe e njerëzve me emrin KEIT, po njej rritje nga viti në vit, kjo falë punës dhe përkushimit tonë. Jemi të kënaqur që kemi realizuar objektivat e vitit të shkuar dhe jemi duke punuar fort që 2024 të jetë po ashtu vit suksesi. Kur e krahasoj atë klinikën e vogël, një apartament 80 metër katror në vitin 2011, me atë që është sot, spital ditor i kirurgjisë estetike, më emocionon kjo dhe aty kuptoj vërtet se sa është rritur Sombbrero.

Çfarë risish e karakterizuan atë gjatë vitit 2023?

Gjatë vitit 2023 KEIT inauguroi pavijonin e ri, me një koncept arkitekturor ultra modern sipas mjekësisë të së ardhmes, gjithçka në sistemin smart. Pavijoni i ri ka 4 dhoma me nga dy shtretër secila, dhe një sallë të re operacioni, duke shtuar kështu kapacitetet në 10 dhoma, 20 shtretër dhe 3 salla operacioni. Për sa i përket arkitekturës së repartit të ri, është krijuar sipas konceptit të një anije kozmike dhe çdo element është i kuruar në detaj. Jo vetëm

Doctor, how was Sombbrero's performance during 2023?

Sombbrero sh.p.k., or as most people know it by the name KEIT, has been growing year by year thanks to our work and dedication. We are pleased to have met last year's objectives and are working hard to make 2024 just as successful. When I compare that small clinic, an 80-square-meter apartment in 2011, with what it is today—a day hospital for cosmetic surgery—I am moved by how much Sombbrero has grown.

What were the innovations that characterized it in 2023?

During 2023, KEIT inaugurated a new pavilion with an ultra-modern architectural concept according to future medicine, all in a smart system. The new pavilion has four rooms, each with two beds, and a new operating room, increasing the capacity to 10 rooms, 20 beds, and 3 operating rooms. The architecture of the new ward is designed with the concept of a spaceship, with every detail meticulously crafted.

Moreover, in June of last year, we raised salaries by 25%, including bonuses, for all employees. Every

Adresa: Rruga "Dritan Hoxha", Tirana, Albanie
 E-mail: info@keit.al
 Web: keit.al
 Tel: + 355 44 30 8555
 Mob: +355 68 2000 622

Address: Rruga "Dritan Hoxha", Tirana, Albanie
 E-mail: info@keit.al
 Web: keit.al
 Tel: + 355 44 30 8555
 Mob: +355 68 2000 622



kaq, por për të gjithë punonjësit u bë një rritje e pagave me 25% në qershor të vitit të shkuar, përfshirë këtu dhe bonuset. Çdo punonjës që është prind, përveç pagës, merr edhe 70 euro shtesë për çdo fëmijë nën 18 vjeç ose edhe punonjësit që kanë në familjen e tyre persona me aftësi të kufizuara. Po ashtu, kur një punonjës bëhet prind, KEIT e shpërblen me 100,000 lekë dhe punonjësit në pozicione drejtuese me 150,000 lekë.

Si ia ka arritur KEIT të bëhet dera kryesore ku trokasin njerëz nga e gjithë Europa për të marrë shërbimet që ajo ofron? Cila ka qenë strategjia për t'i tërhequr ata?

Ne tërheqim pacientë nga e gjithë bota do të thosha, jo vetëm nga Europa, pasi te ne vijnë pacientë nga Kanadaja, Shtetet e Bashkuara të Amerikës, madje së fundmi edhe nga Australia. Nuk është se kemi ndjekur ndonjë strategji të caktuar më shumë se sa pacientët tanë kanë përçarur fjalën e mirë tek të afërmit e tyre. Në Itali për shembull jemi bërë aq të njohur sa mediat më të mëdha shtetërore dhe private si Rai Uno, Rai Due, Rete 4 dhe La 7 na kanë dedikuar emisione ose kronika për kirurgjinë estetike. Pra, mund të themi se strategjia jonë ka qenë në krijimin e një ekipi me ekselencën e kirurgëve italianë dhe një staf suportues shqiptar për t'ia përmbyshur pacientit dëshirat për versionin më të mirë të vetes.

employee who is a parent, in addition to their salary, receives an extra 70 euros for each child under 18 or for family members with disabilities. Additionally, when an employee becomes a parent, KEIT rewards them with 100,000 ALL, and those in managerial positions with 150,000 ALL.

How has KEIT become the main destination for people from all over Europe seeking its services? What has been the strategy to attract them?

We attract patients from all over the world, not just Europe. We have patients from Canada, the United States, and recently even from Australia. We haven't followed any specific strategy other than our patients spreading the good word to their relatives. In Italy, for example, we have become so well-known that major state and private media like Rai Uno, Rai Due, Rete 4, and La 7 have dedicated shows or segments to us for cosmetic surgery. Therefore, we can say that our strategy has been to create a team with the excellence of Italian surgeons and a supportive Albanian staff to fulfill the patients' desires for the best version of themselves.

What human and technological infrastructure does Sombrero have that ensures patients are satisfied after receiving the service they came for?

Sombrero has a well-organized infrastructure, both in terms of human resources and physical structures. Both are crucial for ensuring patient

Çfarë infrastrukture njerëzore dhe teknologjike posedon Sombrero që garanton që pacientët e ndryshëm që vijnë tek ajo të mbeten të kënaqur pas marrjes së shërbimit për të cilin kanë ardhur?

Sombrero zotëron një infrastrukturë të mirorganizuar jo vetëm për sa i përket aspektit të burimeve njerëzore, por edhe strukturave fizike. Absolutisht që të dyja janë të rëndësishme për të pasur pacientë të kënaqur në përfundim të shërbimit të marrë. Referuar burimeve njerëzore, ajo çka ne ofrojmë dhe jemi tepër të kujdesshëm në përzgjedhje, është staffi i kualifikuar mjekësor dhe jomjekësor. Kirurgët që kryejnë ndërhyrje në KEIT Day Hospital janë profesionistë italianë me mbi 30 vite eksperiencë dhe të specializuar për ndërhyrje të ndryshme. Nuk do të lija pas as pjesën tjetër të staffit, të cilët marrin të gjitha trajnimet dhe mbikqyrjet e nevojshme për të pasur performancë të lartë në punë. Sa sa i përket pjesës së teknologjisë, konkretisht aparaturave, do të thosha se një nga investimet tona kryesore është konkretisht në këtë pjesë, nisur që nga aparaturat e anestezisë, të cilat janë më të rëndësishmet të markës amerikane GE - General Electrics, ose setet e veglave të kirurgëve të markës prestigjioze Storz, e duke përfunduar te pajisjet e tjera, të cilat shërbejnë për kryerjen e trajtimeve estetike. Shëndeti i pacientit është parësori dhe nuk kursehem në këtë drejtim, jemi gjithmonë në kërkim të më të mirës.

Çfarë domethënie ka emri Sombrero, çfarë simbolizon ajo dhe çfarë keni pasur parasysh kur keni përdorur këtë emër?

Ma kanë bërë këtë pyetje disa herë dhe emocionohem sa herë që më duhet të jap një



satisfaction at the end of the service. Regarding human resources, we offer and are very careful in selecting a qualified medical and non-medical staff. The surgeons performing procedures at KEIT Day Hospital are Italian professionals with over 30 years of experience and specialized in various interventions. I would also highlight the rest of the staff, who undergo all necessary training and supervision to maintain high performance at work. As for technology, specifically equipment, one of our main investments is in this area, from anesthesia equipment by the American brand GE - General Electrics, to the surgical tool sets by the prestigious brand Storz, and other devices used for aesthetic treatments. The health of the patient is paramount, and we spare no expense in this regard, always seeking the best.



përgjigje. Sombrero është emër galaksie. Duket e habitshme kur e dëgjon, por që në fillimet e mia synimi ka qenë që të krijoja diçka të madhe, të rëndësishme, pra të arrija të kapja majat në këtë fushë. Sigurisht që KEIT nuk është më i njëjtë me atë që ka qenë në momentin kur e krijova dhe nuk do të jetë i njëjtë as me atë që kam në plan të arrij në vitet e ardhshme, ndaj çka më mirë se një emër galaksie mund ta simbolizojë këtë gjë. KEIT disponon 3 salla operacioni dhe secila prej tyre ka një emër galaksie, konkretisht, Sombrero, Messier dhe Centaurus.

A keni ndonjë histori që ju ka mbetur në mendje me ndonjë pacient, i cili mund t'ju ketë transmetuar kënaqësinë e tij për cilësinë e shërbimit që ka marrë?

Ka shumë pacientë të cilët më kanë lënë mbresa, nuk di t'i ndaj sepse puna jonë e përditshme është me ta. Në rrjetet e mia sociale më kontaktojnë çdo ditë, qoftë për të pyetur, falenderuar ose dhe për të dhënë përshtypjet mbi ndërhyrjet. Sigurisht që më gëzojnë falënderimet e tyre dhe unë personalisht bisedoj me ta kur më shkruajnë, përpiqem të kthej çdo mesazh, edhe pse ato janë të shumta. Megjithatë, një paciente që është një personazh publik në Itali, Chloe Facchini, na ka dedikuar një paragraf falënderues në librin mbi jetën e saj dhe kjo është vërtet emocionuese.

What does the name Sombrero symbolize, and what was the thought behind using this name?

I've been asked this question several times, and I get emotional every time I have to answer. Sombrero is the name of a galaxy. It sounds surprising when you hear it, but from the very beginning, my goal was to create something significant, to reach the pinnacle in this field. KEIT is no longer what it was when I first established it, and it won't be the same as what I plan to achieve in the coming years. So, what better than a galaxy name to symbolize this? KEIT has 3 operating rooms, each named after a galaxy: Sombrero, Messier, and Centaurus.

Do you have any memorable stories of patients who have expressed their satisfaction with the quality of service they received?

There are many patients who have left an impression on me, and I can't distinguish them because our daily work is with them. They contact me every day on my social networks, either to ask questions, thank me, or give feedback on their procedures. I am certainly pleased by their thanks, and I personally try to respond to every message, even though there are many. One patient, a public figure in Italy, Chloe Facchini, dedicated a paragraph to us in her book about her life, and that is truly touching.





NESTI TARUSHA

President i kompanisë "FIX PRO"

Xhiro e biznesit 2023: 8 milion EURO
Ndryshimi në % 23/22: +27
Numri i punonjësve: 156
Vendndodhja: Korçë

NESTI TARUSHA

President of the company "FIX PRO"

Turnover 2023: 8 million EUR
Difference in % 23/22: +27
No. of employees: 156
Location: Korçë

Karakteristika kryesore e biznesit shqiptar përgjatë gjithë këtyre viteve ka qenë zhvendosja e tij nga qytetet e tjera të Shqipërisë në zonën Tiranë-Durrës. Dhe jo pa qëllim. Kjo zonë është tregu kryesor i Shqipërisë, ndaj dhe përqendrimi në këtë treg është konsideruar nga bizneset e rrethve të Shqipërisë si një mënyrë për të garantuar rritjen e tyre. Në qytetet ose zonat jashtë aksit Tiranë Durrës ka përgjithësisht pak biznese, që nuk arrijnë dot të ngjiten në nivelin e kompanive kombëtare. Përrjashtim bën ndonjë kompani e mirënjohur si ajo e prodhimit të sallameve, FIX PRO. Edhe pse ndodhet me zyra qendrore dhe ambiente të kompanisë në Korçë, ajo ia ka dalë mbanë ta kalojë cakun e një ekonomie lolare ose të rajonit juglindor, duke qenë e pranishme në të gjitha tregjet e Shqipërisë. Madje, e ka lehtësuar këtë prani, duke krijuar edhe një filial të saj in në Tiranë, duke e theksuar akoma më shumë protagonizmin në treg.

FIX PRO sh.p.k. nisi të ushtrojë aktivitetin në fushën e sallamerisë prej vitit 2003, megjithëse themeluesi i saj, që nga viti 1992 filloi aktivitet si distributor ekskluziv i markave ndërkombëtare

The main characteristic of Albanian businesses over the years has been their relocation from other cities in Albania to the Tirana-Durrës area, and not without reason. This area is Albania's primary market, so concentrating in this market has been seen by businesses from other regions of Albania as a way to ensure their growth. In cities or areas outside the Tirana-Durrës axis, there are generally few businesses that cannot reach the level of national companies. An exception is a well-known company like the sausage producer FIX PRO. Even though its headquarters and company premises are in Korçë, it has managed to surpass the confines of a local or southeastern regional economy, being present in all markets of Albania. Moreover, it has facilitated this presence by creating a branch in Tirana, further emphasizing its market leadership.

FIX PRO sh.p.k. began its activity in the sausage production field in 2003, although its founder, since 1992, started his business as an exclusive distributor of international brands of spices, flavors, and additives for various

Adresa: Fix Pro adresa: Rruga "Eordej", km 1, Korçë, Shqipëri
Tel: 082251135
Email: info@fixpro.al
web: www.fixpro.al

Address: Fix Pro adresa: Rruga "Eordej", km 1, Korçë, Shqipëri
Tel: 082251135
Email: info@fixpro.al
web: www.fixpro.al



të erëzave, aromave dhe aditivëve për sallameritë e ndryshme. Sipërmarrja me erëzat, aromat dhe aditivët e ndryshëm bëri të mundshme që themeluesi z. Nesti Tarusha të krijonte dhe të shpërndante anëmbanë Shqipërisë receta të shumëllojshme sallamërash në sallameri të ndryshme të mirënjohura të kohës. Eksperiencia e akumuluar në vitet e para pas 1990-ës me lëndët e para si dhe me artin e krijimit të recetave, solli si rrjedhojë momentin e ndërmarrjes së një iniciative të guximshme për z. Tarusha në vitin 2003, duke themeluar sallamerinë “FIX” në qytetin e tij të lindjes, Korçë. Tregu i sallamerive në atë kohë kishte 3-4 sallameri të tjera që kishin konsoliduar pozitat në këtë sektor. Megjithatë për z. Tarusha ky fakt nuk përbënte pengesë për ta iniciuar biznesin e tij, pasi baza dhe elementët kryesorë, si njohja dhe aktiviteti më lëndën e parë, arti i krijimit të recetave si dhe guximi për të penetruar në treg ishin pikat më të forta. Shumëllojshmëria e produkteve me të cilat “FIX” hyri në treg dhe evoluimi i shpejtë brenda pak viteve edhe në shpërndarjen gjeografike të produkteve, shoqëruar me recetat unike në shije dhe aroma të sallameve, bënë të mundshme që brenda një kohe relativisht të shkurtë sallameria “FIX” të renditej në kompanitë kryesore në këtë industri.

Inovacioni ishte hapi i rradhës për t'u konsoliduar drejt standardeve europiane përmes aplikimit të teknologjive më të fundit gjermane në këtë sektor si dhe imazhi i ri i kompanisë i zbatuar në të gjithë linjën e produkteve.

sausage producers. The business with spices, flavors, and various additives made it possible for the founder, Mr. Nesti Tarusha, to create and distribute various sausage recipes across Albania in well-known sausage factories of the time. The experience accumulated in the early years after the 1990s with raw materials and the art of creating recipes led to a bold initiative for Mr. Tarusha in 2003, when he founded the sausage factory “FIX” in his hometown of Korçë. At that time, the sausage market had 3-4 other sausage producers that had consolidated their positions in this sector. However, for Mr. Tarusha, this fact did not represent an obstacle to starting his business, as the main pillars and elements, such as knowledge and experience with raw materials, the art of creating recipes, and the courage to penetrate the market, were his strongest points. The variety of products with which “FIX” entered the market and the rapid evolution within a few years in the geographical distribution of products, accompanied by the unique recipes in taste and aroma of the sausages, made it possible for the “FIX” sausage factory to rank among the leading companies in this industry in a relatively short time.

Innovation was the next step to consolidate towards European standards through the application of the latest German technologies in this sector and the new image of the company implemented across the entire product line.

Ndonëse e themeluar si kompani tregtare erëzash dhe aditivësh ushqimorë, nga viti 1992 deri në 2002, FIX PRO u transformua në kompani të përpunimit të mishit dhe prodhimit të sallameve nën markën FIX në 2003. Qëllimi i kompanisë është të jetë lider në industrinë e përpunimit të mishit dhe prodhimit të sallameve, duke ofruar produkte me cilësi të lartë, të aksesueshme për të gjitha grupet sociale. Me kalimin e viteve, kompania ka zgjeruar ambientet nga 1,000 m² në 2008 në 5,000 m² në 2023 me tipar kryesor qëndrueshmërinë, duke krijuar mundësi punësimi me kushte të mira pune (SDG 8). Duke i dhënë përparësi mirëqenies së fuqisë punëtore, kompania kontribuon në një mjedis pune pozitiv dhe nxit një ndjenjë përkushtimi dhe besnikërie midis punonjësve të saj.

Si pjesë e angazhimit për të ndihmuar njerëzit në nevojë, FIX PRO mbështet familjet e policëve të vrarë në krye të detyrës, fëmijët me sindromën Down, familjet vendase, të moshuarit e vetmuar dhe ata që jetojnë në varfëri. Kompania ofron pajisje shkollore falas për fëmijët e punonjësve dhe 100 g sallam në ditë falas për punonjësit e saj.

FIX- ofroi ndihmë të shtuar shëndetësore edhe gjatë pandemisë dhe kujdeset që të sigurojë rritje të rregullta vjetore të pagave, për të siguruar (të paktën) një pagë jetese për punonjësit e saj. Ndikimi i iniciativave të FIX-it është i dukshëm në fusha të ndryshme, duke i dhënë përparësi shëndetit dhe mirëqenies së punonjësve.

Për sa i përket strategjisë, kompania fokusohet në prodhimin e produkteve me cilësi të lartë duke respektuar politikat e mbrojtjes së mjedisit, menaxhimin e mbetjeve dhe trajtimin e ujit. FIX-i ka investuar në një impiant për trajtimin e ujit dhe planifikon të dyfishojë kapacitetin e vet. Ai gjithashtu i përdor mbetjet e kartonit nga lëndët e para, për t'i ricikluar për ngrohje. Këto investime dhe veprime demonstrojnë përkushtimin e kompanisë ndaj parimeve të ekonomisë qarkulluese dhe qëndrueshmërisë mjedisore. Për inovacionin, FIX-i ka një departament të Kërkimit dhe Zhvillimit që mbështet inovacionet e teknologjive dhe zhvillimin e produkteve të reja. Kompania ka investuar në një laborator të kontrollit të cilësisë së produktit.



Although founded as a trading company for spices and food additives from 1992 to 2002, FIX PRO transformed into a meat processing and sausage production company under the FIX brand in 2003. The company's goal is to be a leader in the meat processing and sausage production industry, offering high-quality products accessible to all social groups. Over the years, the company has expanded its facilities from 1,000 m² in 2008 to 5,000 m² in 2023, with sustainability being a key feature, creating employment opportunities with good working conditions (SDG 8). By prioritizing the well-being of its workforce, the company contributes to a positive work environment and fosters a sense of dedication and loyalty among its employees.

As part of its commitment to helping those in need, FIX PRO supports the families of police officers killed in the line of duty, children with Down syndrome, local families, lonely elderly individuals, and those living in poverty. The company offers free school supplies for employees' children and 100 grams of free sausage daily for its employees. FIX PRO provided increased healthcare support during the pandemic and ensures regular annual salary increases to guarantee at least a living wage for its employees. The impact of FIX's initiatives is evident in various areas, prioritizing the health and well-being of its employees.

Regarding its strategy, the company focuses on producing high-quality products while



Aktualisht, ajo po synon certifikim CE, që tregon përputhshmërinë me standardet evropiane.

Për më shumë, FIX PRO po forcon imazhin e vet pozitiv, si brenda vendit ashtu edhe në të gjithë rajonin. Ka bërë investime në burimet njerëzore, duke përfshirë një rrjet teknologesh që ofrojnë ekspertizë, dhe gjithashtu ka anëtarë të stafit të specializuar në përdorimin e sistemit gjerman të gjurmueshmërisë, i cili gjurmon produktet nga origjina deri në shitje. FIX-i është angazhuar në furnizimin me dhi, për të siguruar një zinxhir të sigurt furnizimi. Ndryshe nga shumë përpunues të mëdhenj që mbështeten vetëm tek mishi i importuar për operacione e tyre, FIX-i merr një qasje proaktive duke i siguruar furnizimet edhe brenda vendit. Kjo tregon përkushtimin e fortë të kompanisë për zhvillimin e sektorit të prodhuesve të vegjël brenda Shqipërisë. Duke mbështetur dhe promovuar prodhuesit vendas, kompania jo vetëm që forcon ekonominë vendase bujqësore, por gjithashtu kontribuon në qëndrueshmërinë e prodhuesve të vegjël.

Për ta përmbledhur, qëllimi i FIX-it është të jetë një kompani lider në përpunimin e mishit dhe prodhimin e sallamit, ndërsa strategjia e saj fokusohet në produkte me cilësi të lartë, mbrojtjen e mjedisit dhe menaxhimin e mbetjeve. Kompania demonstroi inovacionin përmes kërkimit dhe zhvillimit dhe investimeve në sisteme dhe laboratorë. Ndikimi i FIX-it vërehet në kontributin e tij në punësim, uljen e varfërisë midis punonjësve dhe angazhimin për mirëqenien e punonjësve. Së fundmi, FIX-i përipiqet të projektojë një imazh pozitiv përmes investimeve të tij në burimet njerëzore dhe menaxhimin e zinxhirit të furnizimit.

respecting environmental protection policies, waste management, and water treatment. FIX has invested in a water treatment plant and plans to double its capacity. It also uses waste cardboard from raw materials for recycling as heating. These investments and actions demonstrate the company's commitment to circular economy principles and environmental sustainability. For innovation, FIX has a Research and Development department that supports technology innovations and new product development. The company has invested in a product quality control laboratory and is currently aiming for CE certification, which indicates compliance with European standards.

Furthermore, FIX PRO is strengthening its positive image both within the country and throughout the region. It has invested in human resources, including a network of technologists who provide expertise, and also has specialized staff in the use of the German traceability system, which tracks products from origin to sale. FIX is committed to supplying goats to ensure a secure supply chain. Unlike many large processors who rely solely on imported meat for their operations, FIX takes a proactive approach by securing supplies domestically. This shows the company's strong commitment to the development of small producers within Albania. By supporting and promoting local producers, the company not only strengthens the local agricultural economy but also contributes to the sustainability of small producers.

In summary, FIX's goal is to be a leading company in meat processing and sausage production, while its strategy focuses on high-quality products, environmental protection, and waste management. The company demonstrates innovation through research and development and investments in systems and laboratories. FIX's impact is seen in its contribution to employment, reducing poverty among employees, and its commitment to employee well-being. Finally, FIX strives to project a positive image through its investments in human resources and supply chain management.



JULIAN BËRXULLI

Administratori kompanisë AMBRA

Emri i kompanisë: AMBRA
Xhiro e biznesit 2023: 7.5 milion EURO
Numri i punonjësve: 550
Vendndodhja: Durrës

JULIAN BËRXULLI

Administrator of AMBRA Company

Company name: AMBRA
Turnover 2023: 7.5 million EUR
No. of employees: 550
Location: Durrës

Që kurse euro është zhvlerësuar karshi lekut, duke u stabilizuar në raportin ku 1 euro këmbëhet me 100 deri 105 lekë, nuk kanë reshtur ankesat dhe kërkesat e eksportuesve shqiptarë. E kanë bërë këtë goftë në mënyrë individuale, goftë në mënyrë institucionale nëpërmjet shoqatave të biznesit që i përfaqësojnë. Kane kalkuluar dhe argumentuar dëmet që ka sjellë ky zhvillim, sipas tyre negative, për ekonominë shqiptare. Dhe nuk është se nuk kanë të drejtë. Si biznese eksportuese, që kontratat dhe të ardhurat e tyre i kanë në valutën euro, zhvlehtësimi i saj, në kushtet kur mbi 60 për qind e shpenzimeve të tyre janë në lekë, u ka sjellë vështirësi të konsiderueshme. Por megjithatë, deri tani shumë prej këtyre eksportuesve kanë mbetë thjesht në rolin e ankuesit. Prej tyre nuk po kuptohet se sektori i punës me porosi, ose siç quhet ndryshe fason, është tashmë përballë një realiteti të ri. Rritja e pagës minimale, emigrimi dhe mungesa e fuqisë punëtore në tërësi në ekonominë shqiptare ia ka hequr avantazhin konkurrues këtij sektori, duke bërë të

Since the euro has depreciated against the Albanian lek, stabilizing at a rate where 1 euro is exchanged for 100 to 105 lek, complaints and demands from Albanian exporters have not ceased. They have expressed their concerns both individually and institutionally through business associations representing them. They have calculated and argued the damages caused by this depreciation, which they see as negative for the Albanian economy. And they are not wrong. As export businesses, whose contracts and revenues are in euros, the depreciation, especially when over 60 percent of their expenses are in lek, has brought significant difficulties. However, until now, many of these exporters have remained merely as complainers. It is not understood among them that the custom work sector, or as otherwise known, the CMT sector, is already facing a new reality. The increase in minimum wage, emigration, and the lack of workforce in the entirety of the Albanian economy has removed the competitive advantage of this sector, making it necessary to adapt to the

Adresa: Rruga "Aleksander Goga", Durrës, Shqipëri
Tel +35552 23 87 30
Fax+355 52 22 7936
Email @ambra.al
Web: www.ambra.al

Address: Rruga "Aleksander Goga", Durrës, Shqipëri
Tel +35552 23 87 30
Fax+355 52 22 7936
Email @ambra.al
Web: www.ambra.al



detyrueshme përshtatjen e tij me rrethanat e reja të krijuara. Po si mund të bëhet kjo përshtatje? Si mund të modifikohet aktiviteti në kushtet e një realiteti të ri për të vazhduar të jetë efikas dhe me impakt social?

Një leksion perfekt me këtë temë e jep Julian Bërxulli, Administrator i përgjithshëm i kompanisë AMBRA në Durrës. Edhe gjatë vitit 2023, pra gjatë vitit kur pothuajse të gjithë ata biznesmenë që punojnë me porosi ankohen për tkurrje aktiviteti, AMBRA në të kundërt i ka avancuar të gjithë treguesit kryesorë të vet. Ka realizuar një aktivitet prej rreth 7.5 milionë eurosh faturim, që krahasuar me një vit më parë, përbën një rritje 80-90 për qind. Edhe numri i punonjësve, që është edhe tipari dhe impakti kryesor i këtyre lloj kompanive në ekonominë e vendit është rritur, duke shkuar në 600 të punësuar, nga 400 që ka qenë vetëm një vit më parë. Po kështu, nëse gjatë vitit 2023, Julian Bërxulli vendosi të zgjerojë kapacitetet e kompanisë së tij, duke

new circumstances. But how can this adaptation be achieved? How can activity be modified in the conditions of a new reality to continue to be efficient and socially impactful?

Julian Bërxulli, General Administrator of AMBRA Company in Durrës, provides a perfect lesson on this topic. Even during 2023, a year when almost all businessmen working on a CMT basis complained about a decrease in activity, AMBRA, on the contrary, advanced all its key indicators. It achieved a turnover of around 7.5 million euros, which compared to the previous year, represents an increase of 80-90 percent. Also, the number of employees, which is also the main characteristic and impact of these types of companies on the country's economy, has increased, reaching 600 employees, up from 400 just a year earlier. Likewise, if during 2023 Julian Bërxulli decided to expand the capacities of his company by taking another space in a block of industrial warehouses, this maneuver



marrë edhe një ambient në një bllok magazinash industrialë, kjo manovër rezultoi e dobishme, por e pamjaftueshme. I rezultoi e dobishme sepse nëpërmjet saj u realizua me sukses manovrimi për të ndarë prestatinë me repartet e tjera të kompanisë, çka parashikohet të rriste rendimentin e saj. Nga ana tjetër, sukcesi ishte aq i madh, zënia me punë e këtij objekti të ri ishte aq e plotë, sa tashmë ai nuk mjafton për të përballuar fluksin e punëve të siguruar nga kompania. Kjo ka sjellë si nevojë edhe zgjerimin me një tjetër objekt të kësaj natyre. Duke u njohur me këtë realitet të AMBRA-s dhe duke e krahasuar me atë që përjetojnë kompanitë e tjera, pyetja se si ia ka dalë kjo kompani është shumë e natyrshme. AMBRA nuk ka ndryshuar aktivitetet. Me atë aktivitet që është marrë qëkurse u themelua, me atë aktivitet vijon të merret. Pra realizon punë për klientë të huaj porositës. Por ajo nuk e ka bërë aktivitet në mënyrë rutinore: pra merr dhe realizon porosi nga të njëjtët klientë. Përgjatë viteve, AMBRA e ka përsosur vazhdimisht veprimtarinë nëpërmjet investimeve të shumta dhe teknologjive të reja. Duke fituar kështu aftësinë dhe mundësinë për të rritur spektrin e klientëve. AMBRA nuk ka ndejtur në shpresë dhe në “mëshirë” të klientëve historikë të saj, ndonëse vazhdon bashkëpunimin korrekt me ta, por e ka zgjeruar rrethin e partnerëve. Pjesë e këtij rrethi janë bërë mjaft kompani cilësore si: Saint Laurent, Givenchy, Maje, Sandro, Claudie, e Lacoste në Francë; Burberry, Belstaff, Stela McCartney në Angli; ose Max Mara dhe Miroglion Fashion në Itali. Së fundmi janë shtuar edhe kompani të mirënjohura si Versace dhe Fendy. Janë që të gjitha kompani shumë prestigjioze në industrinë e veshjeve e aksesoreve.

Ndryshe nga kompanitë e tjera shqiptare të fushës, Julian Bërxulli ka vendosë me ecë në drejtim të kundërt, duke i dhënë kompanisë së vet statusin unik të të qenit partner i kompanive të veshjeve luksoze. Sipas kësaj filozofie pune, nuk është shumë e rëndësishme sasia e produkteve të prodhuara këtu, por vlera e tyre. Qëllimi është që edhe pjesa financiare për copë që i mbetet kompanisë, të jetë sa më e lartë. Kjo mënyrë



proved beneficial but insufficient. It was beneficial because it successfully managed to separate the CMT with other departments of the company, which was expected to increase its performance. On the other hand, the success was so great, the occupation of this new facility was so complete, that it is no longer sufficient to cope with the workload secured by the company. This has necessitated the need for expansion with another facility of this nature.

Knowing this reality of AMBRA and comparing it with what other companies are experiencing, the question of how this company has succeeded is very natural. AMBRA has not changed its activity. It continues with the activity it undertook since its foundation. Thus, it carries out work for foreign clients on a CMT basis. But it has not carried out its activity routinely: that is, it takes and completes orders from the same clients. Over the years, AMBRA has continuously improved its operations through numerous investments and new technologies, gaining the ability and opportunity to expand its client base. AMBRA has not relied on the mercy of its historical clients, although it continues to cooperate correctly with them, but has expanded the circle of partners. Many prestigious companies have become part of this circle, such as Saint Laurent, Givenchy, Maje, Sandro, Claudie, and Lacoste in France; Burberry, Belstaff, Stella McCartney in England; or Max Mara and Miroglion Fashion in Italy. Finally, renowned companies



pune jo vetëm e forcon shumë kompaninë nga ana financiare, por ia zgjeron së tepërmi perspektivën asaj. Por që të konkretizohet një qëllim i tillë, duheshin kryer investimet përkatëse, të cilat rrisin aftësinë profesionale të kompanisë. Duhet përmirësuar organizimi i punës e një sërë veprimeve të tjera. Dhe fakti që kontratat me partnerë cilësorë sa vijnë e shtohen tregon se Julian Bërxulli po e realizon me sukses strategjinë e tij dhe tashmë po vjel edhe rezultatet përkatëse.

Situata e vështirë me të cilën ndeshen eksportuesit shqiptarë nuk është se nuk ka dhënë efekt negativ edhe tek veprimtaria e tij. Por ndërsa të tjerët ulurasin e bërtasin se po falimentojnë ose se do t'ju mbeten punëtorët pa punë, Julian Bërxulli pakënaqësinë më të madhe e ka se ka bërë më shumë xhiro gjatë vitit 2023, por me një fitim të rritur jo shumë, krahasuar me atë të vitit paraardhës. Megjithatë një gjë është e sigurtë. Rruga që ai ka përshkuar dhe do të përshkojë në të ardhmen është sugjerimi më i mirë se si të veprojnë edhe biznesmenët e tjerë të këtij sektori.



such as Versace and Fendi have also been added. They are all highly prestigious companies in the fashion and accessories industry.

Unlike other Albanian companies in the field, Julian Bërxulli has decided to move in the opposite direction, giving his company the unique status of being a partner of luxury clothing companies. According to this work philosophy, the quantity of products produced here is not very important, but their value. The aim is for the financial part remaining with the company to be as high as possible. This way of working not only strengthens the company financially but also expands its perspective considerably. But to achieve such a goal, appropriate investments had to be made, which increase the professional capacity of the company. Organizational improvements and a series of other actions were necessary. And the fact that contracts with quality partners are increasing indicates that Julian Bërxulli is successfully implementing his strategy and is already reaping the corresponding results.

The difficult situation faced by Albanian exporters has also had a negative effect on his activity. But while others lament and shout that they are going bankrupt or that their workers will be left without jobs, Julian Bërxulli's biggest dissatisfaction is that he made more turnover during 2023, but with a not very increased profit compared to the previous year. However, one thing is certain. The path he has taken and will take in the future is the best suggestion for how other businessmen in this sector should act.



KOMPANIA AK-INVEST

Emri i kompanisë: AK-Invest
Xhiro e biznesit 2023: 5.5 milionë euro
Numri i punonjësve: 50
Vendndodhja: Tiranë

AK-INVEST COMPANY

Company name: AK-Invest
Turnover 2023: 5.5 million EUR
No. of employees: 50
Location: Tirana

AK-Invest, shoqëri aksionere e regjistruar me vendim të Gjykatës Tiranë nr. 28915 në Janar 2003, me kapital të regjistruar aksionar ALL 1,083,567,918; licencuar nga Banka e Shqipërisë si Institucion Financiar Jobankar dhe Institucion Pagesash për ofrimin e shërbimeve financiare nëpërmjet agjentëve në të gjithë vendin.

AK-INVEST sh.a. është Institucion Financiar dhe Institucion Pagesash licensuar nga Banka e Shqipërisë me licencë nr. 7/1 dhe 7/2, për të ushtruar veprimtaritë e mëposhtme:

- Shërbimet e pagesave
- Të gjitha format e kredidhënies
- Këmbimin valutor
- Faktoring
- Shërbimet këshilluese, ndërmjetëse dhe shërbime të jera ndihmëse për të gjitha veprimtaritë e listuara si më sipër
- Ofrimin e garancive dhe marrjen e angazhimeve
- Agjent në sigurime (Miratuar nga Autoriteti i Mbikqyrjes Financiare me licencën për ushtrim veprimtarie agjenti në sigurime me nr 1284 datë 26.11.2018)

AK-Invest is a joint-stock company registered by the Tirana Court with decision no. 28915 in January 2003, with a registered share capital of ALL 1,083,567,918. The company is licensed by the Bank of Albania as a Non-Banking Financial Institution and Payment Institution for providing financial services through agents across the country.

AK-Invest sh.a. is licensed by the Bank of Albania with license no. 7/1 and 7/2 to perform the following activities:

- Payment services
- All forms of lending
- Currency exchange
- Factoring
- Advisory, intermediary, and other auxiliary services related to the above-listed activities
- Offering guarantees and taking on commitments
- Insurance agent services (Approved by the Financial Supervisory Authority with license no. 1284 dated 26.11.2018)

Adresa: Rruga Bardhok Biba Pallati Lid, hyrja 2/9
 Tel 00355 4 224 0148/274243
 Mobile 0692088200
 Fax: 355 4 223 0690
 Web: www.ak-invest.com
 Email: @ak-invest.com

Address: Rruga Bardhok Biba Pallati Lid, hyrja 2/9
 Tel 00355 4 224 0148/274243
 Mobile 0692088200
 Fax: 355 4 223 0690
 Web: www.ak-invest.com
 Email: @ak-invest.com



Prej vitit 2017 AK- Invest është aksioner në Bursën e Tiranës (ALSE).

Vendndodhja e shoqërisë:

- Zyra Qendrore e vendosur në rrugën “Bardhok Biba, objekti LID”, Tiranë
- 8 Zyra me adresë sekondare,
- 400 agjentë në të gjithë Shqipërinë.

Kemi arritur një numër klientësh / vëllimesh deri në fund të vitit 2021:

- për transferimin e parave dhe shërbimin e pagesave ndërkombëtare/vendase: 450,000 klientë;
- për shërbimet e arketimit të pagesave të shërbimeve: 500,000 konsumatorë.
- për huatë: portofol prej ~ 2,000,000 EUR.

Viti	Qarkullimi (ALL)	Fitimi Neto (ALL)
2023	571,621,034	85,005,815
2022	646,813,505	201,518,245
2021	689,740,752	274,097,558
2020	575,355,768	173,410,249
2019	444,947,704	148,184,805

Liberalizimi në ofrimin e shërbimeve financiare nga Institucionet Financiare Jobankare (SFJB) dhe Institucionet e Pagesave (IP), kanë nisur zbatimin me kohë, duke krijuar klimë më të shëndetshme në tregun e konkurrencës dhe duke lehtësuar klientët

Since 2017, AK-Invest has been a shareholder in the Tirana Stock Exchange (ALSE).

Company Location:

- Head Office: Located on “Bardhok Biba” street, LID Building, Tirana
- 8 Secondary Offices
- 400 Agents throughout Albania

Client and Volume Metrics (as of the end of 2021):

- Money Transfer and Payment Services (International/Domestic): 450,000 clients
- Utility Bill Payment Services: 500,000 consumers
- Loans Portfolio: Approximately EUR 2,000,000

Year	Turnover (ALL)	Net Profit (ALL)
2023	571,621,034	85,005,815
2022	646,813,505	201,518,245
2021	689,740,752	274,097,558
2020	575,355,768	173,410,249
2019	444,947,704	148,184,805

The liberalization of financial services offered by Non-Banking Financial Institutions (SFJBs) and Payment Institutions (IPs) has been timely implemented, creating a healthier competitive market environment and providing clients with

në kohë, largësi dhe kosto. SFJB, për ofrimin e shërbimeve financiare, krijojnë rrjet të gjerë dhe intensiv (agjentësh), që është një realitet tashmë i ndërtuar e i kërkuar nga klienti, që ka ndikuar në rritjen e cilësisë së ofrimit të shërbimit të atë, nëpërmjet vendndodhjes së çdo agjenti, përpunimit të shpejtë në kohë reale të transaksioneve dhe uljes së kostove për transaksion. Rrjeti i SFJB-ve tashmë funksionon si një one-stop-shop për shërbimet financiare, pra klienti përfton paketë shërbimesh financiare. Me licensimin si Institucion Pagesash, AK-Invest do të shtojë gamën e shërbimeve të pagesave të ofruara për klientët në përputhje me aktet rregullative të Bankës së Shqipërisë.

Prej 20 vitesh, AK-INVEST është përshtatur për klientët me pakicë dhe bizneset e vogla e të mesme, duke ofruar shërbime financiare, si: Kredi, Faktoring, Garanci dhe Angazhime Bankare, Pagesa (ndërkombëtare/kombëtare), Transferta

more convenience in terms of time, distance, and cost. SFJBs create an extensive and intensive network of agents, a reality now established and demanded by clients. This has led to improved service quality through real-time transaction processing and reduced transaction costs. The SFJB network now functions as a one-stop-shop for financial services, offering clients a comprehensive package of financial services. With its licensing as a Payment Institution, AK-Invest will expand its range of payment services offered to clients in accordance with the regulatory acts of the Bank of Albania.

For 20 years, AK-Invest has catered to retail clients and small to medium-sized businesses by offering financial services such as Loans, Factoring, Guarantees and Banking Commitments, Payments (International/Domestic), International Money Transfers

**TRANSFERO
PARA KURDO.**

MoneyGram.
transferim parash

AK INVEST
INSTITUCION FINANCIAR

**KRYEJ TRANSFERTA NË
PIKËN TËNDE MË TË AFËRT
AK-INVEST & MONEYGRAM.**



ndërkombëtare të parave – partner i MoneyGram Int. për Shqipërinë dhe kombëtare - TRAK, Pagesa Utilitare, Agjent në Sigurime, Këmbim valutash, Ndërmjetësim Financiar dhe Konsulencë.

AK-Invest u licencua nga Banka e Shqipërisë më 2021 dhe për shërbimin e parasë elektronike nëpërmjet aplikacionit eReja, duke dhënë kështu mundësi klientëve të marrin shërbime dhe të kryejnë pagesat e tyre tashmë dhe online pa nevojën e prezencës fizike.

Gjithashtu nëpërmjet eReja klientët kanë mundësi të dërgojnë para kudo në botë direkt nga walleti nëpërmjet partneritetit të eReja me MoneyGram International.

AK-Invest do të vijojë të investojë në burime të teknologjisë informatike dhe në burime njerëzore duke i konsideruar si dy asetet me vlerë të shtuar përkundrejt kohës.



(MoneyGram Int. partner for Albania) and Domestic Transfers (TRAK), Utility Payments, Insurance Agency Services, Currency Exchange, Financial Intermediation, and Consultancy.

In 2021, AK-Invest was licensed by the Bank of Albania to provide electronic money services through the eReja application, allowing clients to access services and make payments online without the need for physical presence.

Through eReja, clients can also send money anywhere in the world directly from their wallet via the partnership between eReja and MoneyGram International.

AK-Invest will continue to invest in IT resources and human resources, considering them as two valuable assets in adapting to the future.





ANTON NDRECA

*Drejtor i Përgjithshëm e kompanisë
"Gruppo Koni" sh.p.k*

Emri i kompanisë: Gruppo Koni sh.p.k
Xhiro e biznesit 2023: 5 milionë euro
Numri i punonjësve: 80
Vendndodhja: Lezhë

ANTON NDRECA

General Director of "Gruppo Koni" LLC

Company name: Gruppo Koni LLC
Turnover 2023: 5 million EU
No. of employees: 80
Location: Lezha

GRUPPO KONI është themeluar në Milano, ne vitin 1998 dhe zhvillon aktivitetin në fushën e ndërtimit duke realizuar vepra të ndryshme rezidenciale, civile dhe industriale. Zhvillimi i këtij aktiviteti realizohet nëpërmjet kompanive të mëposhtme:

- "GRUPPO KONI" s.r.l.
- "KONI" s.r.l.
- "KONI COSTRUZIONI" s.r.l.
- "M3" s.r.l.
- "GRUPPO KONI" sh.p.k.

Me eksperiencën e punës që në fillimet e aktivitetit deri në ditët e sotme duke ndjekur proceset e zbatimit të punimeve për ndërtimin e objekteve civile dhe industriale, që nga fazat e projektit deri në realizimin e tyre, solli që në vitin 2015 "Gruppo Koni" sh.p.k. të fillonte aktivitetin edhe në Shqipëri.

MOTOJA: "WE GIVE LIFE TO YOUR PROJECTS"

Slogani i kompanisë tonë lidhet ngushtë me zhvillimin e teknikave të reja të përpunimit të produkteve dhe optimizimin e prodhimit duke garantuar standarte të larta të cilësisë, sigurisë dhe besueshmerisë, duke i siguruar klientëve dhe bashkëpunetorëve fleksibilitet në hartimin dhe zbatimin e projekteve të ndryshme.

Gruppo Koni was established in Milan in 1998 and operates in the construction sector, undertaking various residential, civil, and industrial projects. The company's activities are carried out through the following companies:

- "GRUPPO KONI" s.r.l.
- "KONI" s.r.l.
- "KONI COSTRUZIONI" s.r.l.
- "M3" s.r.l.
- "GRUPPO KONI" LLC

With work experience gained from the beginning of its activities until today, following the processes of implementing works for the construction of civil and industrial buildings, from the project phases to their realization, in 2015, "Gruppo Koni" LLC also began operations in Albania.

MOTTO: WE GIVE LIFE TO YOUR PROJECTS"

Our company's slogan is closely tied to the development of new product processing techniques and the optimization of production, ensuring high standards of quality, safety, and reliability, while providing flexibility to our clients and partners in the design and implementation of various projects.

Adresa: Rruga Markatomaj, Ndertesa 4 kateshe, Shenkoll (Lezhe-Tirane Km 7),
Lezhë, Albania
Tel: 069 406 6800
infoal@gruppokoni.com

Address: Rruga Markatomaj, Ndertesa 4 kateshe, Shenkoll (Lezhe-Tirane Km
7), Lezhë, Albania
Tel: 069 406 6800
infoal@gruppokoni.com

BASHKËPUNETORET:

“Gruppo Koni” sh.p.k. e ka zhvilluar dhe zgjeruar aktivitetin, duke u rritur si biznes i qëndrueshëm ndër vite, bazuar në krijimin e marrëdhënieve korrekte dhe afatgjata me partnerët dhe bashkëpunetorët tanë, vendas dhe të huaj.

ALUMIL-Me një experiencë mbi 30 vite, specializuar në dizejnimin dhe prodhimin e sistemeve të aluminit.

SCHUCO-Lider botëror, mbi 60 vite eksperiencë, që ofron produkte inovative, sisteme alumini, pvc-je dhe çeliku, për ndërtesa banimi dhe komerciale, sisteme dyresh dhe dritaresh, sisteme rrëshqitëse, sisteme fasadash, etj.

ALUK- Një lider global në inxhinierinë, shpërndarjen dhe projektimin e dritareve, dyerve dhe zgjidhjeve të fasadave prej alumini.

GUARDIAN GLASS-Një nga prodhuesit dhe novatorët më të mëdhenj të xhamit në botë. Nga krijimi i xhamit arkitektonik për strukturat me famë botërore, historike deri te krijimi i ambienteve më të qëndrueshme të jetesës dhe punës.

EVEREST-Një nga firmat kryesore në prodhimin e profileve të aluminit në rajon me më shumë se 25 vite përvojë dhe me një kapacitet prodhimi gjithmonë në rritje.

SINANI-Një markë suksesi në sektorin e materialeve hidraulike, sistemeve të ngrohjes-ftohjes në Shqipëri.

EDIL-AL-IT- “Edil-Al” është një shoqëri e specializuar në fushën e ndërtimeve civile, infrastrukturës dhe industrisë. Puna në “Edil Al” është e përqendruar në një marrëdhënie besueshmërie dhe partneriteti me të gjithë bashkëpunetorët dhe klientët.

MET-INVEST- Veprimtari në fushën e ndërtimit, studimit, projektimit, supervizimit.

TDT & PARTNERS-Veprimtari në fushën e ndërtimit.

ATELIER 4-Një nga Studiot kryesore të arkitekturës në Shqipëri që përbëhet nga një skuadër arkitektësh, projektuesish dhe inxhinierësh që ofrojnë shërbime duke ndërthurur arkitekturën me inxhinierinë.

TEXAS DEVELOPMENT-Ndërtim dhe investime në fushën e ndërtimit.

DATON CONSTRUCTION-Veprimtari në fushën e ndërtimit.

PARTNERS:

Gruppo Koni LLC has developed and expanded its activity, growing into a sustainable business over the years, based on creating correct and long-term relationships with our local and international partners and collaborators.

ALUMIL - With over 30 years of experience, specializing in the design and production of aluminum systems.

SCHUCO - A global leader with over 60 years of experience, offering innovative products, aluminum, PVC, and steel systems for residential and commercial buildings, door and window systems, sliding systems, façade systems, etc.

ALUK - A global leader in the engineering, distribution, and design of aluminum window, door, and façade solutions.

GUARDIAN GLASS - One of the world's largest glass producers and innovators, creating architectural glass for world-renowned structures and sustainable living and working environments.

EVEREST - A leading firm in the production of aluminum profiles in the region, with more than 25 years of experience and an ever-growing production capacity.

SINANI - A successful brand in the hydraulic materials sector and heating-cooling systems in Albania.

EDIL-AL-IT - A company specialized in civil construction, infrastructure, and industry. Edil-Al focuses on building trust and partnerships with all collaborators and clients.

MET-INVEST - Engaged in construction, study, design, and supervision activities.

TDT & PARTNERS - Active in the construction sector.

ATELIER 4 - One of the leading architecture studios in Albania, consisting of a team of architects, designers, and engineers, offering services that blend architecture with engineering.

TEXAS DEVELOPMENT - Construction and investment in the construction field.

DATON CONSTRUCTION - Engaged in construction activities.

PROJEKTIMI, ASEMBLIMI DHE MONTIMI I FASADAVE TE VAZHDUARA PER NDERTESA

“Gruppo Koni” sh.p.k. ka një eksperiencë të gjatë pune ndër vite dhe sot është një ndër kompanitë lider në Shqipëri për përpunimin dhe furnizimin me Sisteme Alumini Termik, siç janë:

- Fasada xhami gjysëm strukturale dhe Strukturale.
- Dyer dhe Dritare te dimensioneve, serive dhe tipologjive te ndryshme.
- Fasadat e ventiluara: me veshje qeramike, Gur, Hpl dhe Alukobond

Gruppo Koni ka realizuar sisteme të ndryshme vetratash dhe fasadash brenda dhe jashtë vendit në objekte me funksione të ndryshme me funksion: banim, hoteleri, objekte industriale dhe shërbimi.

Gjatë eksperiencës së punës në këto vite në përpunimin dhe implementimin e sistemeve të aluminit, “Gruppo Koni” ka investuar vazhdimisht duke ndjekur ritmet e zhvillimeve dhe inovacioneve teknologjike. Gjithashtu është insistuar në krijimin e një ekipi profesional dhe të specializuar.

Bashkërendimi i këtyre faktorëve në këto vite ka ofruar produkte cilësore, janë rritur kapacitetet prodhuese duke mbajtur standarte të larta, është zgjeruar aktiviteti i kompanisë, janë shtuar bashkëpunetorët duke bërë që “Gruppo Koni” të jetë pjesë e projekteve të rëndësishme për realizimin e fasadave komplekse të objekteve shumë katëshe dhe Resorteve të ndryshme turistike.

Objektet në të cilat janë implementuar këto sisteme për realizimin e fasadave në Shqipëri, sipas projekteve të zbatimit, detajeve dhe specifikimeve teknike të tyre janë si më poshtë:

1. KOMPLEKSI TURISTIK “SAN PIETRO”, është ndërtuar në Gjirin e Lalëzit, në Durrës duke alternuar objektet rezidenciale, katër lloje vilash dhe katër lloje të ndryshme palazinash jo më shumë se tre kate dhe MELIA RESORT, hotel



DESIGN, ASSEMBLY, AND INSTALLATION OF CONTINUOUS FACADES FOR BUILDINGS

Gruppo Koni LLC has extensive work experience over the years and is now one of the leading companies in Albania for processing and supplying Thermal Aluminum Systems, such as:

- Semi-structural and structural glass facades.
- Doors and windows of various dimensions, series, and typologies.
- Ventilated facades: with ceramic cladding, stone, HPL, and Alukobond.

Gruppo Koni has implemented various glass and façade systems both domestically and abroad in buildings with various functions: residential, hospitality, industrial, and service.

Over the years, Gruppo Koni has continuously invested in the processing and implementation of aluminum systems, following technological developments and innovations. The company has also focused on creating a professional and specialized team.

The combination of these factors over the years has produced high-quality products, increased production capacities while maintaining high standards, expanded the company's activities, and added new collaborators, making Gruppo Koni part of significant projects for realizing complex facades for multi-story buildings and various tourist resorts.

The buildings where these systems have been implemented in Albania, according to the implementation projects, details, and technical specifications, are as follows:

1. TOURIST COMPLEX “SAN PIETRO”, located in Gjiri i Lalëzit, Durrës, alternating between residential buildings, four types of villas, and four different types of three-story buildings, as well as MELIA RESORT, a four-story, 5-star hotel.





4 katesh me 5 yje.

Architectural Designer: “Ettore De Lellis”

Sistemet e përdorura: sisteme te vetratave me hapje, Sisteme supreme, sistemet me rrëkitje, Sisteme skylight, etj.

2. MET TIRANA BUILDING, ndodhet në një zonë strategjike dhe qendrore të qytetit të Tiranës, ne anë të Bulevardit “Zhanë D’Ark”. Architectural Designer: “Mario Cucinela Architects”

“Gruppo Koni” sh.p.k si bashkëpunëtor i shoqërisë “MET INVEST” ka realizuar furnizimin dhe instalimin e fasadave, vetratave dhe dritareve të kësaj godine polifunkionale.

Fasada është realizuar me shumë kujdes nga kompania Gruppo Koni dhe përmban një artikulum të moduleve opake dhe transparente mbi një nivel të tokës plotësisht me xham, duke optimizuar dritën natyrale të ditës duke reduktuar rrezatimin diellor.

Sistemet që janë përdorur për realizimin e fasadave të këtij objekti janë sisteme “SCHUCO”.



Architectural Designer: “Ettore De Lellis”

Systems used: window systems with opening, supreme systems, sliding systems, Skylight systems, etc.

2. MET TIRANA BUILDING, located in a strategic and central area of Tirana, along the “Zhanë D’Ark” Boulevard.

Architectural Designer: “Mario Cucinela Architects”

Gruppo Koni LLC, as a collaborator of MET INVEST, has supplied and installed the facades, windows, and doors of this multifunctional building.

The facade has been carefully crafted by Gruppo Koni and features an articulation of opaque and transparent modules, with the ground level fully glazed, optimizing natural daylight while reducing solar radiation.

Systems used for the facades: SCHUCO systems.





3. BOOKBUILDING është një godinë shumëkateshe me një dizajn unik që po ndërtohet në qendër të Tiranës, ndërmjet rrugës “28 Nëntori” dhe rrugës “Abdi Toptani”. Architectural Designer: “51N4E & CENTRAL”. “Gruppo Koni” sh.p.k si bashkëpunëtor i shoqërisë “T.D.T. & PARTNERS” do të realizojë furnizimin dhe instalimin e fasadave, vetratatave dhe dritareve të kësaj godine polifunkionale. Sistemet që janë përdorur: Sistem Fasade Alumil M7, Sistem me hapje Alumil S77 phos, Sistem me rrëshkitje Alumil Supreme S650 phos, Sistem me rrëshkitje Alumil Supreme S700.

4. GALERIA ROMA

Objekti: “GALERIA ROMA” me vendodhje në Rrugën e Kavajës, Tiranë. Architectural Designer: “Atelier 4”.

5. HOTEL M-GALLERY

Objekti: “HOTEL M-GALLERY”, 5 STARS HOTEL, me vendodhje në kompleksin “Green Coast”, Palasë. Architectural Designer: “51N4E & CENTRAL”.

NDERTIMI

Objekti: “SEASIDE 2”, me vendodhje pranë zonës së Ranës së Hedhun, Shëngjin, Lezhë. Architectural Designer: “ATELIER 4”. Zhvillues: “GRUPPO KONI” sh.p.k. Koni Seaside 2, një nga projektet më të reja rezidenciale e cila shtrihet buzë detit e ndërthurrur me natyrën unike të zonës dhe ujrat e kristalta të Adriatikut. Është e lokalizuar në vijën bregdetare të Shëngjinit, pranë zonës së Ranës së Hedhun. Zona ku po zhvillohet projekti i ri tashmë ka potencial të lartë zhvillimi në fushën e turizmit

3. BOOKBUILDING, a multi-story building with a unique design, being built in the center of Tirana, between “28 Nëntori” street and “Abdi Toptani” street.

Architectural Designer: “51N4E & CENTRAL” Gruppo Koni LLC, as a collaborator of T.D.T. & PARTNERS, will supply and install the facades, windows, and doors of this multifunctional building.

Systems used: Alumil M7 Facade System, Alumil S77 Phos Opening System, Alumil Supreme S650 Phos Sliding System, Alumil Supreme S700 Sliding System.

4. GALERIA ROMA

Location: “GALERIA ROMA”, located on Rrugën e Kavajës, Tirana.

Architectural Designer: “Atelier 4”.

5. HOTEL M-GALLERY

Location: “HOTEL M-GALLERY”, 5 STARS HOTEL, located in the “Green Coast” complex, Palasë.

Architectural Designer: “51N4E & CENTRAL”.

CONSTRUCTION

Project: “SEASIDE 2”, located near the Ranë e Hedhun area, Shëngjin, Lezhë.

Architectural Designer: “ATELIER 4”

Developer: “GRUPPO KONI LLC”

Koni Seaside 2 is one of the latest residential projects situated by the sea, blending with the unique nature of the area and the crystal-clear waters of the Adriatic. It is located along the coastline of Shëngjin, near the Ranë e Hedhun area. The area where the new project is being developed already has high



falë numrit të lartë të ndërtimeve të komplekseve rezidenciale për vendasit dhe të huajt. Rezenca është konceptuar si një strukturë e veçantë e cila do të jetë uniform me natyrën, me 4 thyerje secila e zhvilluar në 5-6 kate. Punimet në këtë objekt do të jenë tepër cilësore, fasadat që do të kenë elementë dekorativ, imitim të grilave prej alumini, sistem kapote, të gjitha ballkonet do të kenë gjelbërim natyral duke e bërë këtë objekt njesh me natyrën ekzistuese. Vetratat dhe dritaret janë të mëdha të cilat mundësojnë ndriçim natyral. Të gjitha hapësirat e përbashkëta dhe sistemimet e jashtme janë të mirëorganizuar dhe do të jenë në shërbim të gjithë banorëve përgjatë gjithë vitit. Objekti është godine banimi dhe shërbimesh 5-6 kate mbi tokë me 1 kat dhe 2 kate parkimi nëntokë. Në këtë objekt janë 99 apartamente banimi, me tipologji te ndryshme: 1+1, 2+1 dhe 3+1.

PUNIMET E SISTEMEVE MEKANIKE (HVAC):

“Gruppo Koni” sh.p.k. është specializuar në realizimin dhe zbatimin e punimeve të sistemeve mekanike. Teknikët dhe inxhinierët e kompanisë realizojnë montimin dhe instalimin e sistemeve të ngrohjes, ventilimit dhe të ajrit të kondicionuar (HVAC), në objekte me funksione të ndryshme si, objekte rezidenciale duke filluar nga një kat deri në objekte shumë katëshe, dhe në godina jo rezidenciale siç janë objektet industriale, hotelet, objektet publike, shkolla, konvikte, ambiente sportive, spitale etj. “Gruppo Koni” sh.p.k. është distributor i produkteve të SYSTEM AIR në Shqipëri dhe gjithashtu bashkëpunon ndër vite për produktet e sistemeve HVAC, të brandit lider botëror DAIKIN.

SYSTEM AIR është furnizues kryesor global i produkteve dhe sistemeve të ventilimit, ngrohjes dhe ftohjes me cilësi të lartë, duke ju shërbyer klientëve me produkte HVAC që japin zgjidhje të qëndrueshme dhe efikase të konsumimit të energjisë.

development potential in the tourism sector due to the high number of residential complexes built for both locals and foreigners. The residence is conceived as a unique structure, which will be uniform with nature, with 4 breaks, each developed over 5-6 floors. The work on this project will be of high quality, with facades featuring decorative elements, aluminum grille imitation, insulation systems, and all balconies will have natural greenery, making the building blend with the existing nature. The windows and glass facades will be large to allow natural light to enter. All common areas and external landscaping will be well-organized and serve all residents throughout the year. The building is a 5-6 story residential and service structure above ground with 1 and 2 floors of underground parking. This building contains 99 residential apartments, with various typologies: 1+1, 2+1, and 3+1.

MECHANICAL SYSTEMS WORKS (HVAC):

Gruppo Koni LLC is specialized in the implementation of mechanical systems works. The company's technicians and engineers carry out the installation of heating, ventilation, and air conditioning systems (HVAC) in buildings with various functions, including residential buildings ranging from single-story to multi-story structures, and non-residential buildings such as industrial facilities, hotels, public buildings, schools, dormitories, sports facilities, hospitals, etc. Gruppo Koni LLC is a distributor of SYSTEM AIR products in Albania and has also collaborated for years on HVAC systems products with the global leader DAIKIN.

SYSTEM AIR is a leading global supplier of high-quality ventilation, heating, and cooling products and systems, serving customers with HVAC products that offer sustainable and energy-efficient solutions.



KRIENKO MEMO

President i kompanisë "Blue Sky"

Emri i kompanisë: Blue Sky sh.p.k (Krienko Jeans)
Xhiro e biznesit 2023: 3 milion EURO
Numri i punonjësve: 300
Vendndodhja: Fier

KRIENKO MEMO

President of the company "Blue Sky"

Company name: Blue Sky sh.p.k (Krienko Jeans)
Turnover 2023: 3 million EUR
No. of employees: 300
Location: Fier

Zakonisht drejtuesit e kompanive të ndryshme janë të ndikuar nga natyra e aktivitetit të asaj që kanë krijuar dhe e drejtojnë. Kështu, nuk është e zakonshme të shohësh një drejtues të një kompanie, bie fjala tregtimi makinash BMW, të ketë si mjet kryesor udhëtimi të tijin një Mercedes. Një arsytim të tillë e ilustron më së miri edhe biznesmeni fierak Krienko Memo. Në dhjetor të vitit të kaluar ai festoi 30-vjetorin e kompanisë, çka e rendit atë ndër biznesmenët e parë, jo vetëm në zonën e Fierit, por të të gjithë Shqipërisë. Në ambientet e kompanisë ku ke lënë takim me të, ai shfaqet i veshur hijshëm me pantallona e bluzë të prodhuara nga kompania e tij, duke qenë kështu një nga "topmodelët" e parë reklamues të tyre.

Sot, ai njihet si një nga prodhuesit e mjaft firmave prestigjioze në botë, që mbajnë firmën "Made in Albania". "Krienko ka arritur të prodhojë, për markat më të famshme si: "Meltin' Pot", "Versace" "Only jeans", "Jack & Jones", "Tommy Hilfiger", "Angel Devil", "Free Soul", "Ted Baker" dhe tanimë, ne kemi sjellë në treg markën tonë "Krienko Jeans", pohon z. Memo,

Usually, the leaders of different companies are influenced by the nature of the activity of what they have created and manage. Therefore, it is uncommon to see a leader of a car trading company, say BMW, using a Mercedes as their primary mode of transportation. Such reasoning is best illustrated by the businessman from Fier, Krienko Memo. Last December, he celebrated the 30th anniversary of his company, placing him among the first businessmen, not only in the Fier area but in all of Albania. In the company's premises where you have an appointment with him, he appears elegantly dressed in trousers and a shirt produced by his company, thus being one of the first "top models" promoting them.

Today, he is known as one of the producers for many prestigious brands in the world that carry the "Made in Albania" label. "Krienko has managed to produce for famous brands such as: 'Meltin' Pot', 'Versace', 'Only Jeans', 'Jack & Jones', 'Tommy Hilfiger', 'Angel Devil', 'Free Soul', 'Ted Baker', and now, we have brought our brand 'Krienko Jeans' to the market," states Mr.

në këtë bashkëbisedim.

Ai pohon se në një moshë fare të re, ka qenë i prirur për modën, ashtu siç edhe ndodh gjithnjë, me njerëzit e kësaj fushe. Pohon se ka filluar të stilojë dhe të përgatisë veshje për vete dhe miqtë, duke tentuar të dilnin përtej prerjeve standarde, që do të thotë, një fashetë më shumë, apo pak kauboj, por pa i hapur shumë telashe vetes, nën regjimin e dikurshëm. Fill pas kësaj përvoje dhe pasioni, që me siguri nuk e dinte se ku do ta shpiente, ai pohon se përfundoi studimet në Univesitetin e Tiranës për financë, madje një degë që do ta ndihmonte mjaft në profesionin e tij të preferuar.

Në fillim, ai ka drejtuar një punishte të veshjeve të njohura për ato vite të para të '90, për të vijuar më tej, sërisht po me drejtimin e një kompanie veshjesh, por këtë radhë, duke u lidhur me firmat prestigjioze, fillimisht të vendit fqinj, Italisë.

“Nisëm bashkëpunimet me firmën Italiane ‘Eldo S.P.A’ me biznesmenin Luciano Fragolo në Firenze. Filluam të realizonim veshje për fëmijë, kryesisht xhinse. Më pas, mora një kredi dhe formova një repart prej 19 vetash”. Sot, numri i punëtorëve të kompanisë “Krienko” arrin në 300 dhe janë ndërtaur fabrika me tetë reparte, që përfshijnë: prestari, laboratoprestari, laboratorë konfeksionesh, repart për punimet artistike, qëndistari, stampim, repart të rrudhosjes, reparte ambalazhimi, lavanteri industrial, etj. dhe shumë prej këtyre proceseve kryhen me dorë, duke ndërthurrur qepjen me makineritë moderne dhe qepjen me dorë të disa proceseve vizive.



Memo in this conversation.

He admits that from a very young age, he was inclined towards fashion, as is always the case with people in this field. He states that he began designing and preparing clothes for himself and his friends, trying to go beyond the standard cuts, meaning an extra flap, or a bit of cowboy style, but without causing too much trouble for himself under the former regime. Following this experience and passion, which he surely didn't know where it would lead him, he completed his studies at the University of Tirana in finance, a field that helped him a lot in his preferred profession.

Initially, he led a clothing workshop known in those early '90s, and later, he continued by managing a clothing company, but this time by connecting with prestigious firms, initially from the neighboring country, Italy.

“We started collaborations with the Italian firm ‘Eldo S.P.A’ with businessman Luciano Fragolo in Florence. We began making children's clothing, mainly jeans. Then, I took a loan and formed a department with 19 people.” Today, the number of workers in the “Krienko” company reaches 300, and factories have been built with eight departments, including cutting, confectionery laboratories, an artistic works

Prodhimet, fillimisht eksportoreshin në Firenze, të papërfunduara, pasi ende nuk kishim investuar për lavanterinë industriale që është tani ndër më të mëdhatë në Ballkan, duke eksportuar në të gjithë Europën. Fillimisht, ata prodhoni 100 palë konfeksione të ndryshme në ditë, ndërsa sot kanë arritur dhe deri më 4 mijë palë të tilla, duke qenë fleksibël në treg, me mbi 25 modele të reja në muaj dhe me çmim konkurrues.

Një mirënjohje të veçantë, zoti Krienko ka marrë nga qarku i Fierit, si «Nderi i Qarkut» dhe Bashkia e Fierit, për zbutjen e papunësisë, kontributin në zhvillimin rajonal të qytetit dhe për kujdesin ndaj mjedisit.

Viti i mbrapshtë për të gjithë shqiptarët, ai famëkeq i '97-ës, bëri që firma italiane të tërhiqej. Por edhe në këtë moment, Krienko Memo mori frytin e partneritetit të sigurtë e besnik me partnerin e tij italian, i cili kishte blerë disa vila në Sauk të Tiranës. Dhe kur i duhej të largohej e ftoi Krienko Memon dhe i ofroi blerjen e këtyre vilave. Kur dëgjoi çmimin, biznesmeni fierak reagoi "i trembur" duke thënë: "Ku kam unë aq lekë?!". Mirëpo miku i tij italian vazhdoi ta bindte, se ky ishte një okazion i shkëlqyet për të dhe i ofroi ndërkohë edhe garanci të shumta, të tilla, që blerjen e bënin veprim thuajse pa asnjë risk. Nën efektin e këtyre garancive, Krienko Memo i bleu vilat, duke marrë një kredi, të cilën e shleu në një kohë të shkurtër dhe zhvillimet e mëvonshme i zbuluan akoma më shumë dashamirësinë e partnerit italian, i cili nuk kërkoi në Shqipëri blerësin më të mirë e më me interes për të, por vlerësoi së tepërmi miqësinë dhe përkushtimin e Krienkos, duke e shpërblyer atë me një ofertë, përfitimet e të cilës u bënë të qarta me kalimin e kohës.

Me ikjen e kompanisë italiane, ai do të lidhej me një firmë tjetër italiane në Leçe, "Romano S.P.A", pronare e markës "Meltin' Pot". Me bashkëpunëtorin e tij më të ngushtë Carmelo Romano (i ndarë nga jeta kohë më parë), krijoi një bashkëpunim shumë të suksesshëm në gjetjen e tregjeve nordike.

Duke qenë se kjo kompani ka pasur një

department, embroidery, printing, a wrinkling department, packaging departments, industrial laundry, etc., and many of these processes are done by hand, combining sewing with modern machinery and hand sewing for some visual processes. Initially, the products were exported unfinished to Florence, as we had not yet invested in the industrial laundry, which is now one of the largest in the Balkans, exporting throughout Europe. Initially, they produced 100 different garments per day, while today they have reached up to 4,000 such pieces, being flexible in the market, with over 25 new models per month and at competitive prices".

Mr. Krienko has received special recognition from the Fier district as "Honor of the District" and the Municipality of Fier, for reducing unemployment, contributing to the regional development of the city, and caring for the environment.

The infamous year of 1997 for all Albanians caused the Italian firm to withdraw. But even at this moment, Krienko Memo reaped the fruits of a sincere and loyal partnership with his Italian partner, who had bought several villas in Sauk, Tirana. When he had to leave, he invited Krienko Memo and offered him the purchase of these villas. When he heard the price, the businessman from Fier reacted "fearfully" saying, "Where would I get that much money?!". However, his Italian friend continued to convince him that this was an excellent opportunity for him and offered numerous guarantees, making the purchase almost risk-free. Under these guarantees, Krienko Memo bought the villas, taking a loan, which he paid off in a short time, and later developments revealed even more the goodwill of the Italian





bashkëpunim të frytshëm me firmat prestigjioze, me gjithë sigurinë e plotë, ato tashmë mund të prodhojnë veshje të një cilësie të lartë, krahasuar këto me tregjet ndërkombëtare dhe firmat më me emër sot në botë. Tek Krienko Jeans prodhohen modele të reja veshjesh, çka do të thotë xhinse të një cilësie të lartë, bluza, këmisha, për djem dhe vajza, por edhe për mosha më të mëdha. Më e rëndësishmja është se çmimet janë shumë konkurruese.

Aktualisht, “Krienko Jeans” gjendet në qendrat tregtare më të mëdha të Shqipërisë, me nëntë dyqane të çelura, të arreguara nga arkitektë italianë, ku ndërthuren druri, hekuri dhe guri. Tani do të jenë të pranishëm edhe në Prishtinë dhe duan të dalin edhe në Montreal dhe Milano, me prodhimet e tyre. Shumë me rëndësi për klientët e Krienkos është fakti se të gjitha materialet që ata përdorin për prodhimin e veshjeve, janë të një cilësie shumë të lartë.

partner, who did not seek the best and most profitable buyer in Albania but greatly valued Krienko’s friendship and dedication, rewarding him with an offer whose benefits became clear over time. With the departure of the Italian company, he would connect with another Italian firm in Lecce, “Romano S.P.A”, owner of the “Meltin’ Pot” brand. With his closest collaborator Carmelo Romano (who passed away some time ago), he created a very successful collaboration in finding Nordic markets.

Since this company has had a fruitful cooperation with prestigious firms, with complete certainty, they can now produce high-quality garments, comparable to international markets and the world’s most renowned brands. At Krienko Jeans, new clothing models are produced, meaning high-quality jeans, shirts, and blouses for boys and girls, but also for older ages. The most important thing is that the prices are very competitive. Currently, “Krienko Jeans” can be found in the largest shopping centers in Albania, with nine stores opened, designed by Italian architects, combining wood, iron, and stone. Now they will also be present in Pristina and aim to expand to Montreal and Milan with their products. Very important for Krienko’s customers is the fact that all the materials they use for producing clothes are of very high quality.





ARJETA PUCA

Presidente e kompanisë "Timak"

Emri i kompanisë: Timak
Numri i punonjësve: 25
Vendndodhja: Tiranë

ARJETA PUCA

President of "Timak" Company

Company Name: Timak
No. of employees: 25
Location: Tirana

Mund të thuhet tashmë se Arjeta Puca është një person i njohur, e pse jo, edhe i famshëm, në Shqipëri. Për të shkruajnë e flasin mediat e ndryshme, e thërrasi për intervista nëpër televizione ose podcaste, por ndryshe nga shumë të rinj të tjerë, Arjeta Puca ka prodhuar shkakun real për t'u bërë e njohur. Ka krijuar diçka të rëndësishme dhe të veçantë, që i "detyron" mediat e ndryshme ta kenë personazh të tyre. Ajo ka themeluar dhe drejton kompaninë "Timak", objekti i veprimtarisë së të cilës është prodhimi i autoambulancave, zjarrfikësve, makinave të policisë, makinave ushtarake, etj.

Në pak vjet ia ka dalë të prodhojë disa qindra të tilla mjete, e së fundi dhe prototipin e makinës së parë të blinduar ushtarake, e cila do të ekspozohet në panairin Eurosatory në Paris. Nën moton "gratë në timonin e ndryshimit", zonja Puca po ndërton të ardhmen e saj në Shqipëri, pas kthimit nga emigracioni. "Pas 25 viteve të ngarkuara me mall për Shqipërinë, më në fund e vendosa të kthehem. Në familje vazhdimisht dëgjoja të thuhet "do kthehemi në Shqipëri". Nuk dija asgjë, thjesht kisha mallin për vendin tim", nis rrëfimin, Arjeta Puca, themeluese e Kompanisë "Timak".

Arjeta Puca is now a well-known and even famous figure in Albania. The media frequently writes and talks about her, inviting her for interviews on television and podcasts. Unlike many other young people, Arjeta Puca has earned her recognition through substantial achievements. She has founded and leads the company "Timak," which specializes in manufacturing ambulances, fire trucks, police cars, military vehicles, and more.

In just a few years, she has managed to produce several hundred of these vehicles, including the prototype of the first armored military vehicle, which will be showcased at the Eurosatory fair in Paris. Under the motto "Women behind the wheel of change," Arjeta Puca is building her future in Albania after returning from emigration. "After 25 years filled with longing for Albania, I finally decided to return. In my family, I always heard, 'We will return to Albania.' I knew nothing, just had a deep longing for my country," begins Arjeta Puca, the founder of "Timak."

Arjeta, originally from Dibra, returned to Albania after 25 years, having left for Ankara, Turkey, with her parents in the early 1990s when

Adresa: Tirana Industrial Park, Nr. 37
Tel +355 69 2056663
Cel +355 4 4803383
E-Mail: info@timak.com

Address: Tirana Industrial Park, Nr. 37
Phone +355 69 2056663
Mobile +355 4 4803383
E-Mail: info@timak.com



Arjeta është vajza nga Dibra që pas vitesh 25 vitesh vendosi të rikthehet në Shqipëri, prej nga ishte larguar për në Ankara të Turqisë me prindërit në fillim të viteve '90, në moshën 4-vjeçare. E arsimuar në degën e inxhinierisë kompjuterike, me një përvojë pune në Japoni dhe Gjermani, ajo vendosi të sjellë me vete gjithë çka kish fituar krah prindërve. Ata zotërojnë një kompani për prodhimin e makinerive borëpastruese si dhe të atyre për panelet diellore prej gati 20 vitesh në Ankara. Fillimi pas rikthimit para nëntë vjetësh ishte i vështirë.

“Fillimi ishte i vështirë, nuk e dija mirë gjuhën, nuk kisha shoqëri, e ndjeja veten të izoluar. Përpiqesha të krijoja rrjetin e duhur të komunikimit, të mësoja sa më shumë. Ka qenë më shumë mësim dhe krijim i njohjeve të reja. Kam mësuar jashtë mase shumë. Puna ime e parë ka qenë shitja e automjeteve borëpastruese. Nuk ka pasur shumë kërkesë dhe bëja çdo punë tjetër”, tregon Arjeta. Por ajo nuk dorëzohet, dhe krijon Kompaninë “Timak” si një nismë për shtimin e produkteve “Made in Albania”. Gjatë fillimeve të punës që bazohet në tregtimin e automjeteve të ndryshme, Arjeta tregon se e tërhoqi autoambulanca dhe ia doli ta prodhonte atë për herë të parë në Shqipëri.

“Dy deri në tri vite nuk kishte punë, thjesht bëja aplikime. Në kohën e Covid19 ishte kaos. Më pas filluam prodhimin e autoambulancave. Në bashkëpunim me një kompani në fillim për prodhimin e tyre. Ajo na e la punën në mes



she was just four years old. She was educated in computer engineering and gained work experience in Japan and Germany. She brought back all the knowledge and skills she had acquired while working alongside her parents, who have owned a company producing snowplows and solar panel machinery for nearly 20 years in Ankara. The beginning after returning nine years ago was tough.

“The start was difficult; I didn’t know the language well, had no friends, and felt isolated. I tried to build the right communication network and learn as much as I could. It was mostly about learning and creating new connections. I learned an enormous amount. My first job was selling snowplows. There wasn’t much demand, so I did any job available,” Arjeta explains. But she didn’t give up and founded “Timak” as an initiative to increase “Made in Albania” products. During the early days, focused on trading various vehicles, Arjeta was drawn to ambulances and managed to produce them for the first time in Albania.



dhe e përfunduar vetë. Pas kësaj filluan të vijnë kërkesa të tjera. Patëm dhe kërkesa për prodhimin e makinave zjarrfikëse, të makinave të policisë apo të klinikave mjekësore të lëvizshme. Për të gjitha ne thamë po. I studiuam dhe i bëmë. Për Ukrainën në morëm një kërkesë nga OKB-ja për të prodhuar autoambulanca. Ia dolëm të prodhojmë 11 të tilla për dy javë. Kemi punuar natë-ditë”, shprehet ajo.

Kjo ishte një pikënisje e fortë dhe sot kompania e themeluar prej saj, e cila ka në qendër punën e vajzave, prodhon disa lloj automjeteve dhe i tregon ato në më shumë se 20 shtete.

Së fundi Arjeta synon të prekë një tjetër përmasë. “Shota” quhet prototipi i makinës së parë të blinduar ushtarake të prodhuar në Shqipëri nga kompania “Timak”, e themeluar prej saj 8 vjet më parë. Ka zgjedhur emrin e luftëtares shqiptare “Shota”, që luftoi për mbrojtjen e trojeve shqiptare, në fillim të shekullit të kaluar.

“Ishte shumë e mundimshme. E kemi projektuar për dy muaj. Kemi pasur mbështetjen e dizajnerit shqiptar Gregor Andoni. Bashkë

“For two to three years, there was no work, just applications. During the Covid-19 pandemic, it was chaotic. Then we started producing ambulances. Initially, we partnered with a company for their production. They left the work midway, and we finished it ourselves. After that, more requests came in. We received orders to produce fire trucks, police cars, and mobile medical clinics. We said yes to all of them, studied, and made them. For Ukraine, we received a request from the UN to produce ambulances. We managed to produce 11 in two weeks, working day and night,” she says.

This was a strong starting point, and today, the company she founded, which focuses on women’s work, produces various types of vehicles and exports them to over 20 countries.

Recently, Arjeta aims to reach another milestone. “Shota” is the prototype of the first armored military vehicle produced in Albania by “Timak,” founded by her eight years ago. She chose the name of the Albanian fighter “Shota,” who fought to defend Albanian territories at the beginning of the last century.





me inxhinierët dhe vajzat e stafit kemi punuar me shumë emocione, sepse është makina e parë ushtarake shqiptare. Ne emrin e kishim lënë surprizë. Të gjithë ishin të emocionuar për emrin kur e panë. Kemi punuar me të vërtetë me shumë dashuri”, thregon Arjeta Puca.

Makina ushtarake, vepër e mendjes dhe pasionit të një vajze si Arjeta Puca, u ekspozua në panairin e mbrojtjes dhe të sigurisë “Eurosatory” në Paris nga data 17 deri më 21 qershor, ku morën pjesë rreth 60 vende. Shqipëria u përfaqësua me ‘Shotën’ e Kompanisë “Timak”, nën logon “Gratë në timonin e ndryshimit”. Arjeta është e rrethuar nga 20 vajza. Ka zgjedhur të punojë me to, të ofrojë dhe të marrë prej tyre më të mirën. “Nuk është projekti i parë kaq sfidues. Na pëlqejnë sfidat dhe gjithmonë i marrim përsipër. Nuk i themi jo asnjë oferte dhe projekti të ri”, thotë ajo.

Por “Timak” a është rastësi, produkt rrethanash, apo ka një bazë reale dhe Arjeta Puca a ka arritur deri këtu si destinim dhe si ndjekje e ëndrrës së saj? E vërteta është se botëkuptimi profesional i Arjetës është mburrur në industrinë automotivë nëpërmjet intershipeve të ndryshme, nëpërmjet punëve të realizuara në kompani të këtij lloji, etj. Por edhe më herët, Arjeta përfaqëson fëmijën që është mësuar herët me “hekurat” e makinës, pasi që e vogël shkonte pas të atit.

Arjeta Puca është në fillimet e rrugës për realizimin e ëndrrave të bukura të saj, të cilat janë shumë më të avancuara e të sofistikuar sesa këto që ia ka dalë mbanë të realizojë deri tani.

“It was very challenging. We designed it in two months with the support of Albanian designer Gregor Andoni. Together with the engineers and the female staff, we worked with great emotions because it is the first Albanian military vehicle. We kept the name a surprise. Everyone was excited about the name when they saw it. We truly worked with a lot of love,” Arjeta Puca explains.

The military vehicle, a product of the mind and passion of a woman like Arjeta Puca, was exhibited at the “Eurosatory” defense and security fair in Paris from June 17 to 21, where around 60 countries participated. Albania was represented by “Shota” from the “Timak” company, under the logo “Women behind the wheel of change.” Arjeta is surrounded by 20 women. She has chosen to work with them, offering and receiving the best from them. “This is not the first challenging project. We like challenges and always take them on. We don’t say no to any new offer or project,” she says.

But is “Timak” a coincidence, a product of circumstances, or does it have a real foundation, and has Arjeta Puca reached this point as a destination and pursuit of her dream? The truth is that Arjeta’s professional outlook has been shaped in the automotive industry through various internships and jobs at companies of this kind. Even earlier, Arjeta represented a child accustomed early to the “irons” of machinery, as she would follow her father around from a young age.

Arjeta Puca is at the beginning of her journey to realize her beautiful dreams, which are much more advanced and sophisticated than what she has achieved so far.



Renditja e kompanive më të mëdha, sipas fitimeve (euro)

NR	Subjekti	Aktiviteti	FITIMI
			2023
1	BANKA KOMBETARE TREGTARE	Veprimtari bankare	76 415 194
2	RAIFFEISEN BANK SH.A	Veprimtari bankare	76 018 718
3	DEVOLL HYDROPOWER	Prodhim energjie elektrike	65 085 091
4	OPERATORI SISTEMIT TRANSMETIMIT OST	Transmetim i energjise elektrike	59 669 987
5	KURUM INTERNATIONAL SH.A.	Prodhim hekuri	51 249 002
6	TIRANA INTERNATIONAL AIRPORT SHPK	Sherbime aeroportuale	40 585 469
7	BANKA OTP ALBANIA	Veprimtari bankare	39 680 097
8	INTEGA SANPAOLO BANK ALBANIA	Veprimtari bankare	35 456 194
9	ANTEA CEMENT	Prodhim dhe tregtim l cimentos	33 236 728
10	GJOKA KONSTRUKSION	Punime infrastrukture	32 560 223
11	BANKA AMERIKANE E INVESTIMEVE SHA	Veprimtari bankare	30 410 155
12	BANKA E TIRANES	Veprimtari bankare	22 766 786
13	CREDINS BANK	Veprimtari financiare	21 000 000
14	GSA	Import energjie elektrike, prodhim ferrokrom	17 901 233
15	ITX ALBANIA	Tregtim veshjesh	16 734 039
16	ENERGJI ASHTA	Prodhim dhe tregtim l energjise elektrike	16 346 604
17	KASTRATI GROUP	Tregti hidrokarburesh	13 460 435
18	AYEN AS ENERGJI	Prodhim energjie elektrike	12 366 591
19	SHOQËRI E THJESHTË INTEKAR - ASL	Projekti i tunelit të Llogarasë	12 288 397
20	FIRST INVESTMENT BANK- ALBANIA	Veprimtari bankare	11 984 029
21	TIRANA EAST GATE	Oender tregtare	11 126 508
22	ROSSMANN-LALA	Zinxhir supermarketesh	10 854 369
23	E. H. W.	Përpunim mishi	10 705 331
24	COCA-COLA BOTTLING SHQIPËRIA	Prodhim i pijeve freskuese	10 481 252
25	ALB-BUILDING	Punime infrastrukture	9 450 099
26	ALFA SH.A.	Import-eksport mallrash të ndryshme, prodhim pijesh freskuese	9 281 553
27	UNION BANK SHA	Veprimtari bankare	9 249 348
28	ELKA-SA	Prodhim i artikujve te brumit, tregtim i artikujve te ndryshem	8 701 642
29	ALBANIAN DISTRIBUTION & DEVELOPMENT	Tregti me shumicë dhe pakicë të artikujve të ndryshëm	8 555 339
30	SALILLARI	Punime infrastrukture	7 854 579
31	AGNA	Tregti me shumicë, përpunim pije	7 853 915
32	TYRES GROUP ALBANIA	Tregtim gomash	7 463 987
33	K.I.D - ALB	Prodhim i artikujve qeramike	7 449 737
34	IUTECREDIT ALBANIA	Institucion financiar	7 317 958
35	INFOSOFT SYSTEMS	Tregtim i sistemeve të teknologjisë së informacionit, përpunimi i të dhënave	7 136 970
36	R.B.H. BELINË	Prodhim i nenprodukteve nga nafta e parafinuar	6 970 831
37	ALBANIAN AVIATION MANAGEMENT	Menaxhim i transportit ajror	6 866 855
38	FUSHA	Ndertim	6 517 430
39	INTER TRADE & DISTRIBUTION	Distribucion dhe tregtim l mallrave te ndryshem	6 360 666
40	NEPTUN	Tregtim artikujsh elektroshtepiake	6 330 330
41	INC S.P.A.	Ndertim	6 271 261
42	KID ZONE	Tregti me shumicë e pakicë e produkteve të ndryshme (Jumbo)	6 222 843
43	BRUNES	Tregtim i paisjeve hidrosanitare	6 142 987
44	B.M SHPK	Tregtim mallrash të ndryshëm, kryesisht pije	6 019 855
45	IN SPORT	Tregti e artikujve sportive	5 934 319

46	ADRIA ENTERTAINMENT	Lojera fati	5 880 268
47	DITEKO	Prodhim dhe tregtim i energjise elektrike	5 824 303
48	NOA ENERGY TRADE	Prodhim, tregtim energjie	5 774 670
49	CONAD ALBANIA	Zinxhir supermarketesh	5 769 976
50	SOFT & SOLUTION	Veprimtari IT	5 574 169
51	BLESSED INVESTMENT	Zhvillimi i pasurive te paluajtshme	5 273 371
52	ALB-ENERGY	Prodhim dhe tregtim i energjise elektrike	5 093 901
53	ARLIS - NDERTIM	Ndertim	4 995 932
54	ELETTROMIL ALBANIA	Riparim transformatoresh	4 980 167
55	ZICO	Tregtim i hidrokarbureve me pakice	4 869 273
56	ASSIST	Call Center	4 854 466
57	AGRO BLEND GROUP	Tregtim inputesh bujqesore dhe artikujsh ushqimore	4 847 431
58	KASTRATI	Tregtim me pakice e hidrokarbureve	4 801 096
59	AL.GLOBAL OIL	Tregti i hidrokarbureve	4 741 528
60	NOA	Institucion financiar	4 660 252
61	ADVANCED BUSINESS SOLUTIONS - ABS	Dizejnim dhe mirembajtje softuer	4 522 952
62	INFO-TELECOM	Telekomunikacione	4 503 604
63	ADR TRADING	Transport mallrash	4 399 664
64	ALEAT	Prodhim i dokumenteve te identifikimit	4 333 118
65	MEGATEK	Tregtimi i produkteve industriale	4 313 800
66	G.P.G. COMPANY	Punime infrastrukture	4 282 109
67	ALIU ROAD HOUSE	Ndertim, tregtim e materialeve te ndertimit, nxjerrje mineralesh	4 128 442
68	DAST (DELTA ADHESIVE STRUCTURAL TECH)	Prodhim dhe tregtim i artikujve te ndertimit	4 058 788
69	BRIANZA DENT	Tregtim i pajisjeve mjekesore, klinike dentare	3 982 824
70	INTERBRANDS	Distribim dhe tregtim i artikujve te ndryshem	3 947 364
71	SPAR ALBANIA	Zinxhir supermarketesh	3 946 456
72	ALBSTEEL	Prodhim i profileve te hekurit dhe celikut	3 946 456
73	SIGMA VIENNA INSURANCE GROUP SH.A	Sigurime	3 891 312
74	SIGAL UNIQA GROUP AUSTRIA	Sigurime	3 810 399
75	LABOPHARMA SHPK	Depo farmaceutike	3 745 661
76	BILLA & CO	Tregtim artikujsh hidrosanitare	3 739 149
77	EURON ENERGY	Prodhim energjie elektrike	3 620 859
78	LC WAIKIKI RETAIL AL SH.P.K	Tregtim i artikujve te veshmbathjes	3 619 380
79	KADIU	Tregtim i pjeseve te kembimit per automjete, servis	3 506 906
80	SOMBRERO	Mjekesi e specializuar	3 487 443
81	GENER 2	Punime infrastrukture	3 467 479
82	GJO-SPA POWER	Prodhim energjie elektrike	3 441 711
83	BAMI HOLDING	Ndertim, punime ne infrastrukture	3 409 039
84	EKMA ALBANIA	Tregu i qytetit	3 398 506
85	ALDENT	Institucion I arsimit te larte	3 288 637
86	GECI	Ndertim, hoteleri	3 281 486
87	DEKOLL	Prodhim i aksesoreve te ndertimit	3 153 684
88	TV KLAN	Veprimtari televizive	3 146 833
89	CORAL	Kultivim, tregtim dhe eksport i pestkut	3 108 202
90	PROFARMA	Farmaceutike	3 069 124
91	ENERGY PLUS	Prodhim energjie elektrike	3 003 578
92	DELTA PHARMA - AL	Farmaceutike	2 986 963
93	HYDRO SETA	Prodhim energjie elektrike	2 954 990
94	STAR BROKER	Ndermjetesim sigurimesh	2 911 944
95	CONCORD INVESTMENT	Ndertime industriale, rezidenciale, turistike	2 891 308
96	CFO PHARMA	Farmaceutike	2 874 154
97	MEKTRIN MOTORS	Tregtim dhe servis automjetesh	2 871 017
98	TEUTA DURRES	Tregti e artikujve te ndryshem	2 853 640
99	PEGASUS	Farmaceutike, tregti e artikujve te ndryshem	2 831 723

100	TOBACCO HOLDING GROUP	Tregti e artikujve te ndryshem	2 823 427
101	MARKETING & DISTRIBUTION	Distribucion dhe tregtim i mallrave te ndryshem	2 815 340
102	IZVOR 99 SH A	Tregtim bitumi	2 812 002
103	MEGAPHARMA	Farmaceutike	2 778 946
104	ANMETAL	Tregti me shumice jo e specializuar	2 698 107
105	INTER DISTRIBUTION SERVICES	Tregti e artikujve te ndryshem	2 681 037
106	TRIMED	Farmaceutike	2 604 389
107	KLAR	Tregtim i artikujve te ndryshem	2 600 509
108	SISAL ALBANIA	Dizajnim dhe mirembajtje softuere	2 584 435
109	DRAGOBIA ENERGY	Prodhim energjie elektrike	2 573 085
110	ALBAELETTRICA	Tregtim i pajisjeve elektrike	2 565 512
111	C & S CONSTRUCTION ENERGY	Prodhim energjie elektrike	2 529 276
112	ITE GROUP	Tregtim i pajisjeve elektrike	2 490 431
113	ALBSIG	Sigurime	2 475 557
114	QENDRA TREGTARE UNIVERS	Qender tregtare	2 465 760
115	AD. PASCUCCI CAFFE	Import dhe tregtim i kafese	2 437 402
116	ITD SH.P.K	Tregtim pajisjesh kompjuterike, softuere	2 436 551
117	NELT	Tregti e artikujve te ndryshem	2 430 158
118	CONAD FOOD TRADE	Shitje me pakice te produkteve ushqimore dhe jo ushqimore	2 419 206
119	NEPHROMED ALBANIA	Farmaceutike	2 382 876
120	AGS	Prodhim dhe tregtim i ushqimit ne spitale	2 378 363
121	ALKOS	Tregtim i artikujve te ndryshem	2 376 905
122	MATRIX KONSTRUKSION	Ndertim	2 374 415
123	ALES CONSTRUCTION	Ndertim	2 363 558
124	BALFIN CONSTRUCTION	Ndertime rezidenciale	2 344 806
125	ERDAT LURA	Prodhim energjie elektrike	2 330 914
126	SALI ELEKTRIK SHPK	Tregtim i pajisjeve elektrike	2 259 543
127	REJSI FARMA	Farmaceutike	2 247 048
128	POWER-ELEKTRIK-SLABINJE	Prodhim energjie elektrike	2 223 153
129	HYDROPOWER	Prodhim i energjise elektrike	2 217 793
130	OAFSHTAMA	Prodhim dhe tregtim i ujit te ambalazhuar	2 204 353
131	PROCREDIT BANK	Veprimtari bankare	2 200 343
132	EUROELEKTRA	Montim i pajisjeve fotovoltaike	2 162 854
133	ENER TRADE	Import dhe tregtim i energjise elektrike	2 153 040
134	ILLYRIAN GUARD	Sherbime sigurie	2 142 167
135	RAFAELO 2002	Ndertim	2 131 735
136	DUEF AUTO PARTS	Tregtim pjesesh kembimi per automjete	2 131 728
137	ALBANIA MOTOR COMPANY	Tregtim dhe servis automjeteshe te reja	2 130 442
138	AGI KONS	Ndertim	2 110 039
139	KLOSI	Aktivitet ne nxjerrjen e mineraleve	2 107 794
140	ALBANIAN HIGHWAY CONCESSION	Koncension i rruges se Kombit	2 073 678
141	BALKAN SPORT	Tregtim i artikujve te ndryshem sportive	2 070 748
142	TIRANA CAPITAL TRADE	Kembimi valutor, faktoring	2 066 296
143	KOSMONTE FOODS TIRANA	Tregtim i artikujve te ndryshem ushqimore	2 059 475
144	PARK CONSTRUCTION ALBANIA	Aktivitet ne fushen e ndertimit	2 055 836
145	AUTO-PASION	Tregtim pjesesh kembimi per automjete	2 037 729
146	FONDI BESA	Institucion financiar	2 032 562
147	EUROTECH CEMENT	Import eksport i produkteve te cimentos	2 028 689
148	TIRANA CASH & CARRY	Tregti e artikujve te ndryshem	2 025 498
149	ROAL FOOD	Tregti e artikujve te ndryshem	2 008 321
150	PORSCHE ALBANIA SH.P.K	Tregtim automjeteshe te reja dhe servis i tyre	1 955 898
151	IKONA	Tregtim hekuri	1 955 537
152	ALBA KONSTRUKSION	Ndertim	1 938 807
153	AS CONSTRUCTION	Ndertim	1 920 338

154	RL SERVICES	Call center	1 888 051
155	EMANTE PANEL	Prodhim materialesh sanduic	1 884 347
156	ALBPETROL SHA	Prodhim i hidrokarbureve	1 823 583
157	ARTIFICIAL INTELLIGENCE BUSINESS SOLUTIONS	Dizejnim dhe mirembajtje softuer	1 800 668
158	UFO	Veprimtari ne arsimin e larte	1 800 201
159	ERZENI SHPK	Prodhim produktesh bylmeti	1 796 117
160	NAZERI - 2000	Siguri dhe ruajtje fizike	1 786 301
161	DELOITTE ALBANIA SH.P.K	Sherbime auditimi dhe konsulence	1 781 295
162	TIRANA INTERNATIONAL DEVELOPMENT	Ndertim	1 754 595
163	RAFAELO RESORT	Hoteleri, turizem	1 739 490
164	EVEREST	Prodhim i profileve te duraluminit	1 721 021
165	MONTAL	Tregtim i pajiseve mjekesore	1 720 896
166	ALB - STAR	Punime infrastrukture	1 712 741
167	AV INTERNATIONAL GROUP	Tregtim karburantesh	1 703 081
168	FAFA RESORT	Turizem	1 663 233
169	ALBA SKELA CONSTRUCTION	Skela me qera	1 636 189
170	IGLA	Import i purove, produkteve te duhanit, aksesoreve	1 631 945
171	UNION FINANCIAR TIRANE	Institucion financiar	1 622 146
172	PROFTRANS	Sherbime transporti	1 617 555
173	ORION	Ndertim	1 605 227
174	GENIUS LAB	Laborator mjekesor	1 591 044
175	EVITA	Tregtim i produkteve farmaceutike	1 568 966
176	MINI INVEST ALBANIA	Import eksport i produkteve te ndryshme	1 565 298
177	ICMS	Sherbime konsulence	1 565 137
178	INTERSIG VIENNA INSURANCE GROUP	Sigurime	1 563 296
179	ALBAMER	Prodhim dhe perpunim mermeri	1 550 373
180	LARTI - SHPK	Tregtim i mallrave te ndryshem te ndertimit, ndertim	1 539 193
181	MULLIRI I VJETER SH.P.K	Tregti e kafes dhe e nenprodukteve te saj	1 538 763
182	DELTA	Tregtim i artikujve hidrosanitare, mobilijesh	1 537 941
183	BOLV-OIL SHA		1 515 721
184	MESDHEU EDUCATION	Veprimtari e arsimit te larte	1 443 896
185	KONTAKT SHPK	Ndertim	1 377 951
186	DENAS POWER	Prodhim energjie elektrike	1 365 315
187	ATLANTIK - SHOQERI SIGURIMESH	Veprimtari siguruese	1 349 570
188	PELIKAN	Sherbime transporti	1 325 634
189	MAXIMUM GROUP S.P.A.	Prodhim dhe tregtim i impianteve te filtrimit te ujit	1 320 901
190	GEGA OIL GROUP	Tregti karburantesh	1 310 230
191	ALBA COSMETIC INTERNATIONAL	Prodhim dhe ambalazhim i bombolave te gazit	1 288 600
192	SCANDINAVIAN LIVING	Tregtia me pakice e mobiljeve dhe artikujve te tjere shtepiake	1 285 693
193	ABKONS	Konsulence	1 282 259
194	A.N.K.	Ndertim	1 266 579
195	EUROPETROL DURRES ALBANIA	Tregtim hidrokarburesh	1 229 456
196	ROZAFI	Grumbullim, perpunim peshku	1 215 399
197	GOLDEN EAGLE	Veprimtari hoteliere	1 213 922
198	TRANS-CEMENT	Tregtim cimentoje	1 171 750
199	INTERMEDICA CENTER	Rrjet laboratoresh dignostifikues	1 146 215
1200	WORLD FOAM	Riciklim dhe tregtim i sfungjereve	1 143 413

Burimi: OKB, tatimet (kursi 1 euro = 103 lekë, sipas kursit mesatar zyrtar 2022 të Bankës së Shqipërisë)

Renditja e kompanive më të mëdha të industrisë prodhuese dhe përpunuese sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	KURUM INTERNATIONAL SH.A.	Metalurgjia	448	366
2	BANKERS PETROLEUM ALBANIA LTD	Nxjerrja e naftës bruto	260	194
3	ALBAMETAL	Metalurgjia	111	141
4	ANTEA CEMENT	Prodhimi i çimentos	119	117
5	ALBPETROL SHA	Nxjerrja e naftës bruto	136	116
6	ALBCHROME	Nxjerrja e mineraleve të tjera jo-metalore	180	79
7	E. H. W.	Prodhimi dhe përpunimi i mishit dhe produkteve me bazë mishi	73	72
8	FUSHE-KRUJE CEMENT FACTORY	Prodhimi i çimentos	39	68
9	YURA CORPORATION ALBANIA	Prodhimi i mjeteve të transportit,	52	57
10	COCA-COLA BOTTLING SHQIPËRIA	Prodhimi i pijeve freskuese	50	57
11	SEWS-CABIND ALBANIA	Prodhimi i pjesëve të mjeteve të transportit,	29	40
12	EVEREST	Prodhimi i aluminit	72	39
13	KOMBINATI MISHIT	Prodhimi dhe përpunimi i mishit dhe produkteve me bazë mishi	30	36
14	LAJTHIZA INVEST	Prodhimi i ujit mineral dhe ujërave të tjerë në shishe	27	36
15	COLACEM ALBANIA SHPK	Prodhimi i çimentos	35	34
16	BERDICA CEMENT	Prodhimi i çimentos	29	31
17	CORAL	Përpunimi dhe konservimi i peshkut, krustaceve dhe molusqeve	33	30
18	ALUMIL - ALBANIA	Prodhimi i aluminit	33	29
19	FERRO BETON & CONSTRUCTION CO	Prodhimi i artikujve prej betoni, çimento dhe alçie	24	28
20	MACCAFERRI BALKANS	Prodhimi i telava dhe kablove të izoluar	24	27
21	ALBACO SHOES	Prodhimi i këpucëve	21	22
22	D&E	Konfeksionimi i veshjeve	9	22
23	CWI-ALBANIA (ÇOKYASAR WIRE INDUSTRY ALBANIA)	Prodhimi i telava dhe kablove të izoluar	26	21
24	ERZENI SHPK	Përpunimi i produkteve të qumështit	18	21

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të energjisë sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	OSHEE GROUP SHA	Shpërndarje e energjisë elektrike	736	726
2	KORPORATA ELEKTROENERGJITIKE SHQIPTARE (KESH)	Prodhimi i energjisë elektrike	357	408
3	NOA ENERGY TRADE	Tregtia e energjisë elektrike	144	187
4	GSA	Tregtia e energjisë elektrike	402	186
5	DEVOLL HYDROPOWER	Prodhimi i energjisë elektrike	199	160
6	ENER TRADE	Tregtia e energjisë elektrike	415	101
7	OPERATORI SISTEMIT TRANSMETIMIT OST	Transmetimi i energjisë elektrike	105	98
8	GEN - I TIRANA	Tregtia e energjisë elektrike	195	69
9	AYEN AS ENERGJI	Prodhimi i energjisë elektrike	102	37
10	ENERGJI ASHTA	Prodhimi i energjisë elektrike	19	22

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të telekomunikacionit, sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	INFO-Telecom	Telekomunikacione të tjera	276	176
2	VODAFONE ALBANIA	Telekomunikacioni	167	175
3	ONE ALBANIA	Telekomunikacioni	93	117

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të tregtimit të karburanteve, sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	KASTRATI GROUP	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	905	675
2	GEGA OIL GROUP	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	430	354
3	EUROPETROL DURRES ALBANIA	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	192	215
4	KASTRATI	Tregtia me pakicë e karburantit	209	195
5	AV INTERNATIONAL GROUP	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	161	156
6	BOLV - OIL SHA	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	132	125
7	EROIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	153	94
8	SKENDERI G	Tregtia me pakicë e karburantit	82	77
9	TENET	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	83	71
10	GEGA CENTER GKG	Tregtia me pakicë e karburantit	75	70
11	OLSI	Tregtia me pakicë e karburantit	74	62
12	NOSTA OIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	73	55
13	EX FIS	Tregtia me pakicë e karburantit	56	54
14	AL.GLOBAL OIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	40	49
15	R.B.H. BELINË	Tregtia me pakicë e karburantit	34	44
16	EUROPETROL EXPORT	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	31	42
17	KLODI SH.A	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	35	37
18	AIR BP ALBANIA	Tregtia me pakicë e karburantit	12	33
19	RDA PETROL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	44	32
20	EVEREST OIL	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	45	31
21	2A & 2E	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	31	28
22	VELIAJ PETROL	Tregtia me pakicë e karburantit	28	26
23	DAS OIL	Tregtia me pakicë e karburantit	30	25
24	IZVOR 99 SH A	Tregtia me shumicë e lëndëve djegëse	21	21

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të shërbimeve spitalore dhe farmaceutikës sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	CFO PHARMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	70	72
2	AMERICAN HOSPITAL	Aktivitetet e spitalëve	54	52
3	REJSI FARMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	45	49
4	DELTA PHARMA - AL	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	44	46
5	TRIMED	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	34	37
6	INTERMED	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	32	34
7	ALFARMAKOS	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	30	31
8	INTERNATIONAL HOSPITAL	Aktivitetet e spitalëve	28	29
9	ILMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	27	28
10	MEGAPHARMA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	24	27
11	EVITA	Tregtia me shumicë e artikujve farmaceutike	22	22

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të ndërtimit dhe aktiviteteve të lidhura me të sipas xhiros (mln euro*)

Emri subjektit		2022	2023
1	GJOKA KONSTRUKSION	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	78 105
2	SHIJAKU	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	111 97
3	GENER 2	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	85 92
4	NEPTUN	Tregtia me pakicë e pajisjeve elektroshtëpiake	81 82
5	SHOQËRI E THJESHTË INTEKAR - ASL	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	51 71
6	GREEN COAST	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	55 69
7	SALLLARI	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	76 67
8	LARTI - SHPK	Tregtimi i materialeve të ndërtimit	60 53
9	BRUNES	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	51 52
10	BALFIN CONSTRUCTION	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	47 49
11	GJIKURIA	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	38 46
12	ALB - STAR	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	63 44
13	RAFAELO 2002	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike, hoteleri	59 43
14	DAST (DELTA ADHESIVE STRUCTURAL TECH)	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	35 38
15	FUSHA	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	32 36
16	G.P.G. COMPANY	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	40 36
17	HAKI SINANI	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	32 35
18	BILLA & CO	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	37 35
19	ALB-BUILDING	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	28 33
20	AGI KONS	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	43 33
21	INC S.P.A.	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	24 32
22	ORION	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	17 30
23	KONTAKT SHPK	Ndërtimi i ndërtesave	34 30
24	NOVA CONSTRUCTION GROUP	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	27 29
25	GJOKA 87	NDËRTIMI-Punime inxhinjrike	26 28
26	PARK CONSTRUCTION ALBANIA	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	22 28
27	KASTRATI CONSTRUCTION	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	23 26
28	ALESIO - 2014	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	26 26
29	DENISA	Tregtimi i lëndës drusore dhe materialeve të ndërtimit	28 26
30	S&D INVEST	Ndërtim, Menaxhimi dhe administrimi i pronës	3 24
31	DELTA	Tregtia e materialeve të ndërtimit dhe pajisjeve hidrosanitare	32 24
32	GECI	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike, hoteleri	25 24
33	ANTE-GROUP	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	14 23
34	2T	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	19 22
35	ARLIS - NDERTIM	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	53 21
36	ALBANIAN HIGHWAY CONCESSION	Punime inxhinjrike, zbatim koncesioni mirëmbajtjes Durrës-Kukës	21 21
37	PROGEEEN	Ndërtimi i ndërtesave, Punime inxhinjrike	19 21

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të tregtimit të automjeteve sipas xhiros (mln euro*)

Emri subjektit		2022	2023
1	PORSCHE ALBANIA SH.P.K	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	29 45
2	ALBANIA MOTOR COMPANY	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	37 39
3	MEKTRIN MOTORS	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	30 37
4	AUTO STAR ALBANIA	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	23 30
5	KADIU	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	26 30
6	AUTO-PASION	Tregtia e automjeteve dhe pjesëve të këmbimit	23 28
7	TYRES GROUP ALBANIA	Tregtia e pjesëve dhe aksesoreve të automjeteve	16 25

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të tregtimit me shumicë e pakicë të ushqimeve, sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	INTER DISTRIBUTION SERVICES	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	172	188
2	AGNA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	171	154
3	PHILIP MORRIS ALBANIA SHPK	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	132	146
4	ALFA SH.A.	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	119	124
5	SPAR ALBANIA	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	91	104
6	EDUART 2010	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	98	103
7	TOBACCO HOLDING GROUP	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	91	101
8	MARKETING & DISTRIBUTION	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	82	88
9	ALBANIAN DISTRIBUTION & DEVELOPMENT	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	58	60
10	BRITISH AMERICAN TOBACCO-ALBANIA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	52	59
11	ELKA-SA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	53	56
12	FERRA & CO	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	46	42
13	CONAD ALBANIA	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	42	40
14	CONAD FOOD TRADE	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	34	38
15	DIAMBE	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	27	37
16	HYSEN XHANGOLI	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	22	35
17	TEUTA DURRES	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	29	33
18	ECO MARKET FOOD	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore në dyqane të specializuara	31	33
19	B.M SHPK	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	28	32
20	ZENI DISTRIBUTION 2020	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	33	30
21	TIRANA CASH & CARRY	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore	28	29
22	INTERLOGISTIC	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	28	29
23	INTER TRADE & DISTRIBUTION	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	24	28
24	INTERBRANDS	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	22	25
25	EXTRAMARKET	Tregtia me pakicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	22	25
26	KOSMONTE FOODS TIRANA	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	24	25
27	BALKAN MONARK TRADE	Tregtia me shumicë e produkteve ushqimore, pijeve dhe duhanit	22	25
Burimi: OKB, tatimet				

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e bankave sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	BANKA KOMBETARE TREGTARE		169	211
2	RAIFFEISEN BANK SH.A		127	166
3	BANKA CREDINS		139	163
4	BANKA OTP ALBANIA		70	108
5	INTESA SANPAOLO BANK ALBANIA		66	90
6	BANKA AMERIKANE E INVESTIMEVE SHA		45	68
7	BANKA E TIRANES		46	66
8	UNION BANK SHA		43	52
9	BANKA E PARË E INVESTIMEVE-ALBANIA/ FIRST INVESTMENT BANK- ALBANIA		24	34
10	PROCREDIT BANK		17	22
Burimi: OKB, tatimet				

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të telekomunikacionit, sipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	INFO-TELECOM	Telekomunikacione të tjera	276	176
2	VODAFONE ALBANIA	Telekomunikacioni	167	175
3	ONE ALBANIA	Telekomunikacioni	93	117

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e kompanive më të mëdha të sigurimevesipas xhiros (mln euro*)

	Emri subjektit		2022	2023
1	SIGAL UNIQA Group AUSTRIA	Aktivite siguruese dhe të fondeve të pensioneve	52	54
2	ALBSIG	Aktivite siguruese dhe të fondeve të pensioneve	30	35
3	EUROSIG SHA	Aktivite siguruese dhe të fondeve të pensioneve	26	31
4	SIGMA VIENNA INSURANCE GROUP	Aktivite siguruese dhe të fondeve të pensioneve	29	30
5	INTERSIG VIENNA INSURANCE GROUP	Aktivite siguruese dhe të fondeve të pensioneve	22	23

Burimi: OKB, tatimet

* Kursi 1 euro = 103 lek

Renditja e 100 kompanive më të mëdha sipas qarkullimit vjetor, 2023, Slloveni (euro)

	Emri	Vendi	Total revenues
1	PETROL D.D., LJUBLJANA	LJUBLJANA	5 587 814 196
2	BELEKTRON D.O.O.	LJUBLJANA	3 305 993 250
3	GEN-I, D.O.O.	KRŠKO	2 960 536 584
4	GORENJE, D.O.O.	VELENJE	2 550 426 000
5	KRKA, D.D., NOVO MESTO	NOVO MESTO	1 720 925 000
6	LEK D.D.	LJUBLJANA	1 649 043 301
7	MERCATOR D.O.O.	LJUBLJANA	1 320 085 570
8	IMPOL D.O.O.	SLOVENSKA BI...	1 023 463 705
9	MOL & INA D.O.O.	KOPER · CAPO...	875 788 187
10	REVOZ D.D.	NOVO MESTO	830 842 000
11	NLB D.D.	LJUBLJANA	814 577 000
12	TELEKOM SLOVENIJE, D.D.	LJUBLJANA	616 808 000
13	ADRIA MOBIL, D.O.O. NOVO MESTO	NOVO MESTO	601 932 621
14	GEN D.O.O.	KRŠKO	562 156 271
15	PORSCHE SLOVENIJA, D.O.O.	LJUBLJANA	557 295 440
16	DARS D.D.	CELJE	546 004 108
17	GA ADRIATIC D.O.O.	LJUBLJANA	536 474 000
18	OTP BANKA D.D.	LJUBLJANA	505 696 000
19	KEMOFARMACIJA D.D.	LJUBLJANA	489 220 016
20	SALUS, VELETRGOVINA, D.O.O.	LJUBLJANA	485 635 291
21	ECE D.O.O.	CELJE	483 385 151
22	SANDOZ D.D.	LJUBLJANA	448 787 000
23	BSH HIŠNI APARATI D.O.O. NAZARJE	NAZARJE	415 881 575
24	LTH CASTINGS D.O.O.	ŠKOFJA LOKA	397 587 807
25	ENERGIJA PLUS D.O.O.	MARIBOR	392 075 909
26	TOBAČNA GROSIST, D.O.O.	LJUBLJANA · ...	384 639 861
27	HELLA SATURNUS SLOVENIJA D.O.O.	LJUBLJANA	365 315 114
28	ORBICO D.O.O.	LJUBLJANA	348 568 189
29	TALUM D.D. KIDRIČEVO	KIDRIČEVO	343 883 244
30	NOVARTIS D.O.O.	LJUBLJANA	339 766 000
31	MOL SLOVENIJA D.O.O.	MURSKA SOBOT...	324 309 569
32	PORSCHE INTER AUTO D.O.O.	LJUBLJANA	322 830 052
33	LUKA KOPER, D.D.	KOPER · CAPO...	320 989 188
34	TELEMACH SLOVENIJA D.O.O.	LJUBLJANA · ...	307 531 060
35	GOODYEAR SLOVENIJA, D.O.O.	KRANJ	301 712 363
36	INTERENERGO D.O.O.	LJUBLJANA	297 083 019
37	EUROSPIN EKO, D.O.O.	RENČE	289 304 052
38	ENERGETIKA LJUBLJANA, D.O.O.	LJUBLJANA	279 669 200
39	PERUTNINA PTUJ D.O.O.	PTUJ	279 579 849
40	TAB D.D.	MEŽICA	271 617 455
41	MERKUR TRGOVINA, D.O.O.	NAKLO	247 137 000
42	CARTHAGO D.O.O.	ODRANCI	245 132 238
43	A1 SLOVENIJA, D. D.	LJUBLJANA	244 237 250
44	LJUBLJANSKE MLEKARNE D.O.O.	LJUBLJANA	244 228 513
45	SHELL ADRIA D.O.O.	LJUBLJANA	240 985 682
46	PALFINGER D.O.O.	MARIBOR	240 556 023
47	KOLEKTOR KOLING D.O.O.	IDRIJA	240 397 985
48	NEK D.O.O.	KRŠKO	239 991 197
49	KOLEKTOR ETRA D.O.O.	LJUBLJANA · ...	236 541 503
50	JAGROS, D.O.O.	ROGAŠKA SLAT...	232 053 337



	Emri	Vendi	Total revenues
51	ATLANTIC DROGA KOLINSKA D.O.O.	LJUBLJANA	229 543 313
52	KOVINTRADE D.D. CELJE	CELJE	228 108 845
53	KNAUF INSULATION, D.O.O., ŠKOFJA LO...	ŠKOFJA LOKA	225 586 719
54	SŽ - INFRASTRUKTURA, D.O.O.	LJUBLJANA	225 239 431
55	SKB D.D.	LJUBLJANA	225 221 000
56	RIKO, D.O.O.	LJUBLJANA	221 077 009
57	AKRAPOVIČ D.D.	IVANČNA GORI...	219 884 946
58	CIMOS D.D.	KOPER - CAPO...	219 822 087
59	PIVOVARNA LAŠKO UNION D.O.O.	LJUBLJANA	219 584 982
60	UNIOR D.D.	ZREČE	208 968 311
61	DOMEL, D.O.O.	ŽELEZNIKI	207 431 740
62	SŽ - TOVORNI PROMET, D.O.O.	LJUBLJANA	199 402 301
63	LEKARNA LJUBLJANA	LJUBLJANA	194 172 157
64	TPV AUTOMOTIVE D.O.O.	BREŽICE	191 643 448
65	BAYER D.O.O.	LJUBLJANA	189 479 562
66	VALIANT D.O.O.	LJUBLJANA	185 017 608
67	CINKARNA CELJE, D.D.	CELJE	184 730 916
68	BANKA INTESA SANPAOLO D.D.	KOPER - CAPO...	178 193 000
69	E 3, D.O.O.	NOVA GORICA	177 852 354
70	DM DROGERIE MARKT D.O.O.	LJUBLJANA	170 217 426
71	DANFOSS TRATA, D.O.O.	LJUBLJANA - ...	164 886 110
72	SŽ - POTNIŠKI PROMET, D.O.O.	LJUBLJANA	164 197 104
73	ATLANTIC TRADE D.O.O., LJUBLJANA	LJUBLJANA	162 361 661
74	MUELLER DROGERIJA D.O.O.	LJUBLJANA	160 131 026
75	ETI, D.O.O.	IZLAKE	158 645 455
76	HS PLUS D.O.O.	TRZIN	157 412 304
77	MM KOLIČEVO D.O.O.	DOMŽALE	157 206 000
78	ŠTORE STEEL D.O.O.	ŠTORE	152 776 850
79	ELEKTRIČNI FINANČNI TIM D.O.O.	LJUBLJANA	149 969 557
80	HIT D.D. NOVA GORICA	NOVA GORICA	149 854 427
81	ELRAD ELECTRONICS D.O.O.	GORNJA RADGO...	149 141 642
82	INCOM D.O.O.	AJDOVŠČINA	141 420 951
83	SCANIA SLOVENIJA D.O.O.	LJUBLJANA	140 858 358
84	ISKRA, D.O.O.	LJUBLJANA	139 894 460
85	ALPACEM CEMENT, D.D.	DESKLE	139 103 950
86	MEDIS, D.O.O.	LJUBLJANA - ...	138 459 818
87	IMPOL PCP D.O.O.	SLOVENSKA BI...	135 736 122
88	SŽ - VIT, D.O.O.	LJUBLJANA	133 499 046
89	RASTODER, D.O.O.	LJUBLJANA	129 883 501
90	FILC D.O.O.	ŠKOFJA LOKA	129 789 377
91	INTEREUROPA D.D.	KOPER - CAPO...	129 293 519
92	KONTRON, D.O.O.	KRANJ	127 142 000
93	ŠPORTNA LOTERIJA D.D.	LJUBLJANA	125 484 706
94	FOTONA D.O.O.	LJUBLJANA	124 905 974
95	SUROVINA D.O.O.	MARIBOR	122 942 068
96	ELEKTRO LJUBLJANA D.D.	LJUBLJANA	121 992 829
97	POMGRAD D.D.	MURSKA SOBOT...	120 983 517
98	GB D.D., KRANJ	KRANJ	119 600 000
99	MIMOVRSSTE D.O.O.	LJUBLJANA	119 468 868
100	KAPITALSKA DRUŽBA, D.D.	LJUBLJANA	118 593 245

Renditja e 100 kompanive më të mëdha sipas qarkullimit vjetor, 2023, Kroaci (euro)

	Emri	Vendi	Total revenues
1	INA, D.D.	ZAGREB	3 870 254 742
2	HEP D.D.	ZAGREB	3 661 670 249
3	PRVO PLINARSKO DRUŠTVO D.O.O.	VUKOVAR	3 501 536 281
4	KONZUM PLUS D.O.O.	ZAGREB	1 877 547 048
5	HEP-PROIZVODNJA D.O.O.	ZAGREB	1 716 938 122
6	MET CROATIA ENERGY TRADE D.O.O.	ZAGREB	1 239 301 197
7	LIDL HRVATSKA D.O.O. K.D.	VELIKA GORIC...	1 192 549 937
8	PETROL D.O.O.	ZAGREB	1 185 555 214
9	SPAR HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	988 041 505
10	HEP ELEKTRA D.O.O.	ZAGREB	894 872 001
11	PLODINE D. D.	RIJEKA	889 978 356
12	HT D.D.	ZAGREB	883 269 559
13	KAUFLAND HRVATSKA K.D.	ZAGREB	738 329 906
14	MEDIKA, D.D.	ZAGREB	730 325 770
15	PLIVA HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	730 116 280
16	ORBICO D.O.O.	ZAGREB	674 963 827
17	STUDENAC D.O.O.	OMIŠ	659 100 440
18	TOMMY D.O.O.	SPLIT	611 658 914
19	MVM CEENERGY CROATIA D.O.O.	ZAGREB	607 935 696
20	PHILIP MORRIS ZAGREB D.O.O.	ZAGREB	588 598 610
21	HEP-OPERATOR DISTRIBUCIJSKOG SUSTAV...	ZAGREB	537 389 465
22	A1 HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	531 738 403
23	PORSCHE CROATIA D.O.O.	ZAGREB	522 929 664
24	VINDIJA D.D. VARAŽDIN	VARAŽDIN	473 505 820
25	PEVEX D.D.	SESVETE	446 104 945
26	HRVATSKE AUTOCESTE D.O.O.	ZAGREB	438 880 636
27	H Š D.O.O.	ZAGREB	415 406 143
28	OKTAL PHARMA D.O.O.	ZAGREB	403 356 880
29	PHOENIX FARMACIJA D.O.O.	ZAGREB	376 936 244
30	DM-DROGERIE MARKT D.O.O.	ZAGREB	373 215 973
31	HOPS D.D.	ZAGREB	367 488 698
32	PODRAVKA D.D.	KOPRIVNICA	359 395 263
33	DUKAT D.D.	ZAGREB	352 943 113
34	METRO CASH & CARRY, D.O.O.	ZAGREB	348 844 072
35	MEDICAL INTERTRADE D.O.O.	SVETA NEDJEL...	339 766 424
36	M SAN GRUPA D.O.O.	DUGO SELO	339 121 848
37	PORSCHE INTER AUTO D.O.O.	ZAGREB	336 440 162
38	MESNA INDUSTRIJA BRAČA PIVAC D.O.O.	VRGORAC	334 317 946
39	KONČAR - DISTRIBUTIVNI I SPECIJALNI...	ZAGREB	328 601 502
40	PIK VRBOVEC PLUS D.O.O.	VRBOVEC	327 586 379
41	ŽITO D.O.O.	OSIJEK	326 552 311
42	AGS HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	322 130 976
43	ZAGREBAČKI HOLDING D.O.O.	ZAGREB	319 839 675
44	GRADSKA PLINARA ZAGREB-OPSKRBA D.O....	ZAGREB	311 737 417
45	HRVATSKE CESTE D.O.O.	ZAGREB	310 143 566
46	MÜLLER TRGOVINA ZAGREB D.O.O.	ZAGREB	305 180 813
47	VALAMAR RIVIERA D.D.	POREČ (PAREN...	299 488 406
48	TIFON D.O.O.	ZAGREB	297 298 600
49	TISAK PLUS D.O.O.	ZAGREB	295 730 926
50	ATLANTIC TRADE D.O.O.	ZAGREB	292 358 708



	Emri	Vendi	Total revenues
51	P P K D.D.	KARLOVAC	289 147 656
52	TELEMACH HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	278 534 097
53	KTC D.D.	KRIŽEVCI	277 710 612
54	HP D.D.	VELIKA GORIC...	269 752 413
55	GA CROATIA D.O.O.	ZAGREB	269 658 660
56	GEN-I HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	267 775 327
57	KAMGRAD D.O.O.	ZAGREB	264 648 331
58	CROATIA AIRLINES D.D.	ZAGREB	261 821 972
59	LUKOIL CROATIA D.O.O.	ZAGREB	251 653 776
60	BELJE PLUS D.O.O.	DARDA	246 972 855
61	BAUHAUS-ZAGREB, K.D.	ZAGREB	244 442 308
62	PBZ CARD D.O.O.	ZAGREB	243 556 572
63	ALUFLEXPACK NOVI D.O.O.	ZADAR	243 205 761
64	ERICSSON NIKOLA TESLA D.D.	ZAGREB	239 258 171
65	TANKERSKA PLOVIDBA D.D.	ZADAR	237 277 913
66	MAISTRA D. D.	ROVINJ (ROVI...	230 181 345
67	HEP-PLIN D.O.O.	OSIJEK	228 727 338
68	ITX HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	225 015 390
69	E.ON ENERGIJA D.O.O.	ZAGREB	220 621 885
70	ENNA OPSKRBA D.O.O.	VUKOVAR	217 278 254
71	CORAL CROATIA D.O.O.	ZAGREB	217 270 123
72	STRABAG D.O.O.	ZAGREB	216 999 359
73	FIBIS D.O.O.	ZAGREB	216 931 900
74	PLAVA LAGUNA D. D.	POREČ (PAREN...	214 610 398
75	KOKA D.O.O.	VARAŽDIN	214 425 085
76	CEMEX HRVATSKA D.D.	KAŠTEL SUČUR...	212 832 576
77	VETROPACK STRAŽA D.D.	HUM NA SUTLI	211 767 978
78	COCA-COLA HBC HRVATSKA D.O.O.	ZAGREB	210 734 049
79	ZAGREBAČKI ELEKTRIČNI TRAMVAJ D.O.O...	ZAGREB	207 829 685
80	INTER CARS D.O.O.	ZAGREB	203 201 721
81	SUPER SPORT D.O.O.	ZAGREB	203 109 774
82	CE-ZA-R D.O.O.	ZAGREB	202 699 896
83	JAMNICA PLUS D.O.O.	ZAGREB	201 372 713
84	KONČAR-ENERGETSKI TRANSFORMATORI, D...	ZAGREB	201 101 047
85	STAR IMPORT D.O.O.	ZAGREB	199 872 321
86	HŽ INFRASTRUKTURA D.O.O.	ZAGREB	199 206 032
87	ZAGREBAČKA PIVOVARA D.O.O.	ZAGREB	199 102 437
88	KLIMAOPREMA D.O.O.	SAMOBOR	197 986 284
89	D. TRADING D.O.O.	ZAGREB	197 350 344
90	ADRIA OIL D. O. O.	KASTAV	187 887 175
91	GLOBALNA HRANA D.O.O.	ZAGREB	187 886 080
92	TDR D. O. O.	ROVINJ (ROVI...	185 273 969
93	LESNINA H. D. O. O.	ZAGREB	183 267 985
94	JT INTERNATIONAL ZAGREB D.O.O.	ZAGREB	181 842 519
95	LEDO PLUS D.O.O.	ZAGREB	179 291 295
96	NARODNI TRGOVAČKI LANAC D.O.O.	SESVETE	178 339 054
97	TRGOVINA KRK D. D.	MALINSKA	176 385 691
98	ENNA FRUIT D.O.O.	DUGO SELO	170 786 982
99	KRAŠ D.D.	ZAGREB	167 235 065
100	JADROLINIJA	RIJEKA	166 867 326

Renditja e 100 kompanive më të mëdha sipas qarkullimit vjetor, 2023, Serbi (euro)

	Emri	Vendi	Total revenues
1	EPS AD BEOGRAD	BEOGRAD	4 382 806 039
2	NIS A.D. NOVI SAD	NOVI SAD	3 437 229 037
3	JP SRBIJAGAS NOVI SAD	NOVI SAD	1 552 576 474
4	TELEKOM SRBIJA A.D., BEOGRAD	BEOGRAD	1 424 208 257
5	DELHAIZE SERBIA DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	1 353 002 602
6	SERBIA ZIJIN MINING D.O.O.	BRESTOVAC	1 161 754 267
7	TIGAR TYRES DOO	PIROT	1 101 139 035
8	SERBIA ZIJIN COPPER DOO	BOR	1 098 482 714
9	YUGOROSGAZ AD BEOGRAD	BEOGRAD	1 005 090 596
10	ELEKTRODISTRIBUCIJA SRBIJE D.O.O. B...	NOVI BEOGRAD	997 657 913
11	LIDL SRBIJA KD	NOVA PAZOVA	890 914 574
12	MERCATOR-S DOO	NOVI BEOGRAD	885 741 766
13	HBIS GROUP SERBIA IRON & STEEL D.O....	NOVI BEOGRAD	838 767 556
14	NELT CO. DOO BEOGRAD	DOBANOVCI	822 248 662
15	MERCATA VT DOO	NOVI SAD	737 918 415
16	AIR SERBIA A.D. BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	718 459 765
17	CHINA RAILWAY INTERNATIONAL CO., LT...	BEOGRAD	611 814 102
18	PHOENIX PHARMA DOO BEOGRAD	BEOGRAD	593 508 125
19	MOL SERBIA D.O.O. BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	582 610 483
20	JP PUTEVI SRBIJE	BEOGRAD	548 143 457
21	KNEZ PETROL DOO ZEMUN	BEOGRAD	521 567 314
22	YETTEL D.O.O.	NOVI BEOGRAD	519 055 274
23	HEMOPHARM AD VRŠAC	VRŠAC	512 435 615
24	ZF SERBIA D.O.O.	PANČEVO	512 100 958
25	DOO VIMEKSIM SRB	NOVI SAD	505 545 118
26	HENKEL SRBIJA DOO BEOGRAD	BEOGRAD-VOŽD...	500 244 765
27	ROBERT BOSCH DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	480 191 203
28	COCA-COLA HBC - SRBIJA DOO ZEMUN	ZEMUN	445 120 944
29	CENTROSINERGIJA	NOVI BEOGRAD	430 426 009
30	OMV SRBIJA DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	421 115 617
31	LEONI WIRING SYSTEMS SOUTHEAST DOO ...	PROKUPLJE	415 803 726
32	YURA CORPORATION DOO RAČA	RAČA	412 439 011
33	LUKOIL SRBIJA D.O.O. BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	399 978 365
34	A1 SRBIJA D.O.O. BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	391 162 539
35	EMS AD BEOGRAD	BEOGRAD	368 271 677
36	SCM POWER D.O.O. BEOGRAD	BEOGRAD	362 609 749
37	BECHTEL ENKA UK LIMITED OGRANAK BEO...	BEOGRAD	361 647 255
38	GORENJE DOO VALJEVO	VALJEVO	332 393 327
39	MILŠPED DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	331 862 107
40	UNIVEREXPORT DOO NOVI SAD	NOVI SAD	325 878 393
41	COMTRADE DISTRIBUTION D.O.O. BEOGRA...	NOVI BEOGRAD	322 699 565
42	VEGA DOO VALJEVO	VALJEVO	308 291 135
43	METRO CASH & CARRY DOO BEOGRAD	BEOGRAD	305 887 866
44	JP POŠTA SRBIJE BEOGRAD	BEOGRAD	301 488 508
45	DELTA AGRAR DOO	NOVI BEOGRAD	292 626 724
46	JKP BEOGRADSKE ELEKTRANE BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	287 706 806
47	BEOGRAD NA VODI D.O.O.	BEOGRAD	279 400 266
48	AMAN DOO BEOGRAD, SURČIN	SURČIN	275 387 284
49	PHILIP MORRIS OPERATIONS A.D. NIŠ	NIŠ	275 082 079
50	HIP-PETROHEMIJA DOO PANČEVO	PANČEVO	272 930 905



	Emri	Vendi	Total revenues
51	SBB DOO BEOGRAD	BEOGRAD-VOŽD...	271 628 548
52	AGROMARKET DOO KRAGUJEVAC	KRAGUJEVAC	264 777 941
53	ATLANTIC BRANDS DOO BEOGRAD	BEOGRAD-VOŽD...	263 380 050
54	GEN - I DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	262 239 095
55	ELIXIR ZORKA - MINERALNA ĐUBRIVA DO...	ŠABAC	260 149 692
56	TETRA PAK PRODUCTION DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	259 203 226
57	AD IMLEK	PADINSKA SKE...	259 026 249
58	JOHNSON ELECTRIC DOO NIŠ	NIŠ	256 945 099
59	ELIXIR PRAHOVO DOO	PRAHOVO	251 724 867
60	STAR IMPORT D.O.O.	NOVI BEOGRAD	245 818 294
61	APOTEKARSKA USTANOVA LILLY DROGERIE	BEOGRAD-RAKO...	245 515 316
62	VALJAONICA BAKRA SEVOJNO AD SEVOJNO	SEVOJNO	239 405 805
63	GRUNDFOS SRBIJA DOO	INĐIJA	238 013 206
64	METALFER STEEL MILL DOO SREMSKA MIT...	SREMSKA MITR...	237 756 041
65	PTP DIS DOO KRNJEVO	KRNJEVO	236 503 746
66	SUNOKO DOO NOVI SAD	NOVI SAD	226 977 726
67	AZVIRT OGRANAK BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	226 505 052
68	DM DROGERIE MARKT DOO BEOGRAD	BEOGRAD	221 728 058
69	MINTH AUTOMOTIVE EUROPE DOO	LOZNICA	221 721 828
70	CHINA CIVIL ENGINEERING CONSTRUCTIO...	ZEMUN	216 196 501
71	APTIV MOBILITY SERVICES DOO	NOVI SAD	214 842 409
72	MEI TA EUROPE D.O.O.	BARIČ	214 794 651
73	BALL PAKOVANJA EVROPA BEOGRAD, D.O....	ZEMUN	213 999 430
74	EKO SERBIA AD BEOGRAD (NOVI BEOGRAD...	BEOGRAD	208 702 217
75	GEBI DOO PO ČANTAVIR	ČANTAVIR	208 591 254
76	APOTEKARSKA USTANOVA "BENU"	BEOGRAD-ČUKA...	204 791 826
77	MOZZART DOO BEOGRAD (PALILULA)	BEOGRAD	200 239 934
78	FARMINA PET FOODS DOO INĐIJA	INĐIJA	199 878 923
79	IM MATIJEVIĆ DOO NOVI SAD	NOVI SAD	199 600 900
80	MILLENNIUM TEAM DOO BEOGRAD	BEOGRAD	195 993 683
81	JT INTERNATIONAL AD SENTA	SENTA	193 600 501
82	BELGRADE AIRPORT D.O.O. BEOGRAD		192 501 073
83	AGROGLOBE DOO NOVI SAD	NOVI SAD	191 378 005
84	SOJAPROTEIN DOO BEČEJ	BEČEJ	191 342 716
85	GSP	BEOGRAD	189 939 253
86	ŠTAMPA SISTEM DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	189 495 399
87	DOO GOMEX ZRENJANIN	ZRENJANIN	189 426 416
88	SPORT VISION DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	186 206 085
89	FARMALOGIST DOO BEOGRAD	BEOGRAD	185 542 003
90	ITX RS DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	184 231 009
91	JINSHAN CONSTRUCTION D.O.O. BOR	BOR	182 928 294
92	GASTRANS D.O.O. NOVI SAD	NOVI SAD	180 734 747
93	COFICAB SERBIA D.O.O.	DEČ	179 566 729
94	TRNAVA PROMET DOO KRAGUJEVAC	KRAGUJEVAC	178 035 967
95	LAFARGE BFC SRBIJA DOO BEOČIN	BEOČIN	175 993 555
96	PREDUZEĆE AUTO ČAČAK DOO KONJEVIĆI,...	ČAČAK	170 218 129
97	INGRAM MICRO DOO BEOGRAD	NOVI BEOGRAD	168 204 580
98	DIJAMANT DOO ZRENJANIN	ZRENJANIN	166 748 835
99	PORSCHE SCG DOO BEOGRAD	BEOGRAD	166 660 693
100	VICTORIAOIL DOO ŠID	ŠID	165 913 366

Renditja e 100 kompanive më të mëdha sipas qarkullimit vjetor, 2023, Bosnjë Hercegovinë (euro)

	Emri	Vendi	Total revenues
1	"BINGO" D.O.O. TUZLA	TUZLA	996 516 406
2	"HOLDINA" D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	705 260 849
3	JP ELEKTROPRIVREDA BIH D.D. - SARA...	SARAJEVO	596 118 301
4	MH "ERS" MP A.D. TREBINJE	TREBINJE	589 014 451
5	"OPTIMA GRUPA" D.O.O. BANJA LUKA	BANJA LUKA	485 811 241
6	"HIFA-OIL" D.O.O. TEŠANJ	TEŠANJ	389 141 931
7	"TELEKOM SRPSKE" A.D. BANJA LUKA; "...	BANJA LUKA	389 046 417
8	"HIFA - PETROL" D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	376 477 774
9	"BOREAS" D.O.O. KREŠEVO	KREŠEVO	376 136 965
10	ARCELORMITTAL ZENICA, D.O.O.	ZENICA	374 686 133
11	G-PETROL D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	330 037 372
12	PHILIP MORRIS BH D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	295 098 491
13	"TROPIC MALOPRODAJA" D.O.O. BANJA L...	BANJA LUKA	286 452 726
14	"BH TELECOM" D.D. SARAJEVO	SARAJEVO	271 246 697
15	"ANTUNOVIĆ AGS" D.O.O. ORAŠJE	ORAŠJE	269 210 179
16	"KONZUM" D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	252 069 244
17	JP "ELEKTROPRIVREDA HZ HB" D.D. MOS...	MOSTAR	237 742 521
18	"ALFA GLOBAL" D.O.O., BRČKO DISTRIK...	BRČKO	233 158 680
19	"GLOBAL ISPAT KIL" D.O.O. LUKAVAC	LUKAVAC	230 343 385
20	ATACO D.O.O. MOSTAR	MOSTAR	226 325 264
21	"SSL" D.O.O. LUKAVAC	LUKAVAC	206 467 418
22	VIOLETA D.O.O. GRUDE	GRUDE	205 457 994
23	"HERCEGOVALIJEK" D.O.O. MOSTAR	MOSTAR	203 981 294
24	"ORBICO" D.O.O. SARAJEVO	ILIDŽA	189 583 487
25	GEN-I D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	182 799 443
26	"FIS" D.O.O. VITEZ	VITEZ	182 290 261
27	"ALUMINA" DOO	ZVORNIK	178 342 131
28	"FRUCTA-TRADE" D.O.O. DERVENTA	DERVENTA	174 893 305
29	"KOMERC-MALI" D.O.O. PRNJAVOR	PRNJAVOR	174 265 557
30	"PETROL BH OIL COMPANY" D.O.O. SARA...	SARAJEVO	172 474 276
31	"NELT" D.O.O. ISTOČNO SARAJEVO	ISTOČNO SARA...	172 366 966
32	TT KABELI D.O.O. ŠIROKI BRIJEG	ŠIROKI BRIJE...	172 330 033
33	DM DROGERIE MARKT D.O.O. SARAJEVO	ILIDŽA	169 777 379
34	ALUMINIJ INDUSTRIES D.O.O. / ALUMIN...	MOSTAR	169 070 003
35	JZU UNIVERZITETSKI KLINIČKI CENTAR ...	BANJA LUKA	168 722 052
36	"NESTRO PETROL" A.D. BANJA LUKA	BANJA LUKA	157 457 717
37	KLINIČKI CENTAR UNIVERZITETA U SARA...	SARAJEVO	153 409 436
38	"SPORT VISION" D.O.O. BIJELJINA	BIJELJINA	148 459 145
39	PORSCHE BH D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	146 336 203
40	"MADI" D.O.O. TEŠANJ	TEŠANJ	142 269 953
41	"BELAMIONIX" D.O.O., BRČKO	BRČKO	141 148 676
42	"ELEKTRANE STANARI" D.O.O. STANARI	STANARI	140 685 088
43	"EURO - ASFALT" D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	139 819 438
44	"LEBURIĆ-KOMERC" D.O.O. PRNJAVOR	PRNJAVOR	133 900 609
45	JPS "ŠUME REPUBLIKE SRPSKE" A.D. SO...	SOKOLAC	126 607 901
46	FEAL D.O.O. ŠIROKI BRIJEG	ŠIROKI BRIJE...	124 030 932
47	"ROBOT GENERAL TRADING CO" D.O.O. S...	SARAJEVO	123 107 387
48	ENERGOPETROL D.D. SARAJEVO	SARAJEVO	107 421 271
49	JP HT D.D. MOSTAR	MOSTAR	106 932 114
50	NIS PETROL DOO BANJA LUKA	BANJA LUKA	106 433 437



	Emri	Vendi	Total revenues
51	CC HBC B-H D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	106 377 918
52	"BIMAL" D.D. BRČKO DISTRIKT BIH	BRČKO	106 202 275
53	"NEŠKOVIĆ" D.O.O. BIJELJINA	BIJELJINA	104 531 073
54	"AKOVA IMPEX" D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	101 868 899
55	MJEŠOVITI HOLDING "ERS" - MP A.D. T...	UGLJEVIK	101 638 823
56	ENERGOINVEST D.D. - SARAJEVO	SARAJEVO	100 729 621
57	M I V I K O D.O.O. POSUŠJE	POSUŠJE	96 535 204
58	BOSNALIJEK D.D.	SARAJEVO	95 772 016
59	PHOENIX D.O.O. BIJELJINA	BIJELJINA	95 429 392
60	D.O.O. "SUPER-PETROL" BANJA LUKA	BANJA LUKA	95 214 530
61	"INTEGRAL INŽENJERING" A.D. LAKTAŠI	LAKTAŠI	94 428 381
62	AXPO BH D.O.O.	MOSTAR	94 185 759
63	MEPAS D.O.O. ŠIROKI BRIJEG	ŠIROKI BRIJE...	94 032 225
64	MJEŠOVITI HOLDING "ERS", MP A.D. TR...	GACKO	92 084 417
65	"AS" D.O.O. JELAH-TEŠANJ	JELAH	91 090 230
66	HSE BH D.O.O.	SARAJEVO	89 876 751
67	JZU UKC TUZLA	TUZLA	87 267 185
68	SKB MOSTAR	MOSTAR	85 952 859
69	JP "PUTEVI RS" D.O.O. BANJA LUKA	BANJA LUKA	85 674 314
70	MCI D.O.O. ŠIROKI BRIJEG	ŠIROKI BRIJE...	83 753 644
71	ITX BH D.O.O.	SARAJEVO	83 686 435
72	NATRON-HAYAT D.O.O. MAGLAJ	MAGLAJ	82 048 799
73	ODS "ELEKTROKRAJINA" A. D. BANJA LU...	BANJA LUKA	80 814 308
74	"MGM FARM" D.O.O. KAKANJ	KAKANJ	80 761 819
75	"AGRAGOLD" D.O.O., BRČKO DISTRIKT B...	BRČKO	80 580 353
76	JP "AUTOPUTEVI RS" D.O.O. BANJA LUK...	BANJA LUKA	80 325 223
77	"RAFINERIJA NAFTE BROD" A.D MODIFIK...	BROD	80 132 248
78	RMU "BANOVIĆI" D.D. BANOVIĆI	BANOVIĆI	78 883 911
79	"YIMOR" D.O.O. DOMALJEVAC	DOMALJEVAC	78 872 230
80	JP AUTOCESTE F BIH, D.O.O. MOSTAR	MOSTAR	77 428 793
81	UTD "BEST" D.O.O. TRAVNIK	TRAVNIK	76 150 977
82	LUKAS TP NAKIĆ D.O.O. ŠIROKI BRIJEG	ŠIROKI BRIJE...	75 887 498
83	"TMD GROUP" D.O.O. GRADAČAC	GRADAČAC	75 358 366
84	BROVIS D.D. VISOKO	VISOKO	75 164 538
85	GRAFOTISAK D.O.O. GRUDE	GRUDE	74 771 744
86	"GOLIĆ-TRADE" D.O.O. GRADIŠKA	GRADIŠKA	74 237 153
87	JP ŽFBiH D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	74 149 557
88	"ELEKTROPRENOS- ELEKTROPRIJENOS BOS...	BANJA LUKA	73 977 751
89	TEMA RETAIL BA D.O.O.	SARAJEVO	73 973 000
90	KJKP "SARAJEVOGAS" D.O.O. SARAJEVO	SARAJEVO	73 662 314
91	"MLIJEKOPRODUKT" D.O.O. KOZARSKA DU...	KOZARSKA DUB...	73 623 721
92	"MARKET AS" D.O.O.	BANJA LUKA	73 574 913
93	HM CEMENT BIH D.D. KAKANJ	KAKANJ	73 462 243
94	COMTRADE DISTRIBUTION D.O.O. SARAJE...	SARAJEVO	73 439 978
95	MESNA INDUSTRIJA "TULUMOVIĆ" D.O.O....	LAKTAŠI	72 246 313
96	PLANET D.O.O. POSUŠJE	POSUŠJE	71 386 850
97	"LUKAVAC CEMENT" D.O.O. LUKAVAC	LUKAVAC	70 914 569
98	"TELEMACH BH" D.O.O. SARAJEVO	ILIDŽA	70 235 482
99	"INTERPROMET" D.O.O. NOVI GRAD	NOVI GRAD	69 766 308
100	"BAJRA" D.O.O. TRAVNIK	TRAVNIK	68 852 440

