

Ky dokument nuk është prova. Prova janë bajtët e ruajtur: HTML-ja e faqes, pamja e saj, dhe zinxhiri i hash-eve që i lidh. Kjo dëshmi është paraqitja e tyre, e prodhuar automatikisht. Verifikohet me kodin më poshtë **pa na pyetur ne**.

ARTIKULLI

TITULLI	Flying Tiger Copenhagen po zgjeron praninë e saj në tregjet e rajonit, pas hyrjes në Shqipëri
ADRESA	https://versus.al/aktualitet/flying-tiger-copenhagen-po-zgjeron-pranine-e-saj-ne-tregjet-e-rajonit-i47141
BURIMI	versus.al
GJENDJA	online

KOHA

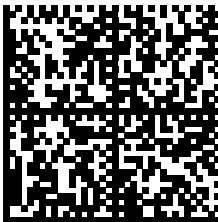
KAPUR NGA NE	25 shtator 2026, 12:57:28 UTC <i>Dritarja jonë e pasigurisë: ± 900 s — intervali me të cilin e kontrollojmë këtë burim.</i>
DEKLARUAR NGA PORTALI	22 shtator 2026, 11:30:00 UTC <i>Koha e deklaruar vjen nga pala që po vlerësohet. Ora jonë nuk preket prej saj, dhe të dyja shfaqen këtu të ndara.</i>

HASH-ET · SHA-256

PËRMBAJTJA	ff60495b9b133efe1b9c6863eaeb4e476114208cbc40e41d1bef99bde3728ff9
TEKSTI	ff1b9ff98a91036b14960e5bc66266f6a7fb687a360b87e13f9fcb7e16aef305
PAMJA	f0b8d128f357c257ffcd91743f7d9807174c2a61b92ccf9ec79456b1e21ce4be

ZINXHIRI I PROVËS

KJO HYRJE	f8f1f0f7a1889da7de4331151a483a10a1190c01a14a8d3479e8271087ce19f8
E MËPARSHMJA	—
RRËNJA MERKLE	7ef11613d0a46fe814f564609ee7439753917635a3984a70b661e478103337ad
ANKORIMI	submitted — dërguar, ende pa bllok <i>Deri te blloku, kjo provon integritetin, jo kohën.</i>



SKANOJE PËR TA VERIFIKUAR

Kodi të nxjerr te eksploruesi i STAMLES. Ai regjistër nuk është yni: nëse serveri ynë bie nesër, vula mbetet aty ku është.

Faqja tregon njërën nga tri gjendjet — **nuk u gjet**, **në radhë**, ose **e konfirmuar** me bllokun, rrënjën Merkle dhe transaksionin në Polygon. Krahazo hash-in që gjen atje me atë të shtypur më lart: nëse përputhen, kjo kapje ekzistonte para asaj ore, dhe ne nuk mund ta kishim ndryshuar pas saj.

<https://scan.stamles.eu/verify/f8f1f0f7a1889da7de4331151a483a10a1190c01a14a8d3479e8271087ce19f8>

PAMJA E FAQES

Renderuar nga HTML-ja jonë e ruajtur, jo nga rrjeti. **Riprodhon kopjen tonë, jo pamjen e atëhershme:** stilet dhe imazhet e largëta mund të mos ekzistojnë më ose të kenë ndryshuar.

Motori: chromium-stored+assets · dritarja 1280×1024 px



AKTUALITET

[Me pistoletë me silenciator dhe skafandra, dalin FOTO-t e autorëve që vr* në Tanin e Rruzhiut pranë policisë Sarandë](#)

25 Shtator 2026, 14:23

^ekstrakti^

Na ndiqni edhe në

-
-
-
-
- [Politikë](#)
- [aktualitet](#)
- [MAGAZinë](#)
- [bota](#)
- [opinion](#)
- [Ekonomi](#)
- [ZANAT](#)
- [VIDEO](#)

Kërko

- [Politikë](#)
- [aktualitet](#)
- [MAGAZinë](#)
- [bota](#)
- [opinion](#)
- [ekonomi & MJEDIS](#)
- [VIDEO](#)

Created and monetized by
[AKTUALITET](#) / 22 Shtator 2026, 13:30

Flying Tiger Copenhagen po zgjeron praninë e saj në tregjet e rajonit, pas hyrjes në Shqipëri



Shkruar nga Versus



Flying Tiger Copenhagen po zgjeron praninë e saj në tregjet e rajonit, pas hyrjes në Shqipëri në tetor 2025. Koncepti danez, i mbështetur te dizajni, kreativiteti, funksionaliteti dhe çmimet e aksesueshme, ka synuar të krijojë një eksperiencë të re blerjeje për konsumatorin shqiptar.

Pas muajve të parë të aktivitetit, kompania e vlerëson pozitivisht reagimin e tregut dhe po vijon zgjerimin edhe përtej Tiranës. Përmes mbështetjes së BALFIN Group, Flying Tiger Copenhagen synon të ndërtojë një prani afatgjatë dhe të qëndrueshme në rajon.

Në një intervistë, Drejtor i Përgjithshëm për rajonin e Ballkanit Perëndimor, Silvio Qyqja, flet për arsyet që e bënë Shqipërinë një treg tërheqës, reagimin e konsumatorëve, mësimet e marra gjatë vitit të parë dhe sfidat e sektorit të retail-it në një periudhë ndryshimesh të shpejta. Në fokus është edhe e ardhmja e kompanisë: zgjerimi në gjashtë tregje deri në fund të vitit 2027 dhe mundësia e hyrjes në tre tregje të reja të Bashkimit Evropian.





Flying Tiger Copenhagen hyri në tregun shqiptar në tetor 2025, si pjesë e strategjisë së zgjerimit të kompanisë. Cilët ishin faktorët kryesorë që e bënë Shqipërinë dhe rajonin tërheqës për investim dhe si e vlerësoni ecurinë e aktivitetit deri më tani?

Shqipëria dhe tregjet e rajonit përfaqësojnë një potencial të rëndësishëm zhvillimi, të mbështetur nga një konsumator relativisht i ri, i hapur ndaj markave ndërkombëtare dhe gjithnjë e më i orientuar drejt produkteve që kombinojnë cilësinë, dizajnin dhe çmimin e arsyeshëm.

Në këtë kontekst, besuam se koncepti i Flying Tiger Copenhagen kishte një përshtatje të natyrshme me tregun. Ne sjellim një gamë shumë të gjerë produktesh, të ndërtuar mbi dizajnin danez, funksionalitetin dhe kreativitetin, duke ruajtur çmime të aksesueshme për një bazë të gjerë konsumatorësh.

Zhvillimi i Flying Tiger Copenhagen mbështetet gjithashtu nga eksperiencia dhe kapacitetet e BALFIN Group, si një prej grupeve më të rëndësishme të investimeve në rajon. Për ne, kjo përbën një bazë të fortë për të ndërtuar një prani të qëndrueshme dhe afatgjatë në tregjet ku operojmë.

Ecurinë e deritanishme në Shqipëri e vlerësojmë pozitivisht. Mënyra se si është pritur marka dhe interesi i konsumatorëve kanë qenë inkurajuese dhe na kanë dhënë besim për të vijuar zhvillimin tonë. Zgjerimi edhe jashtë Tiranës është një tregues i kësaj qasjeje dhe i potencialit që shohim në tregun shqiptar në një perspektivë afatgjatë.

Flying Tiger Copenhagen njihet për kombinimin e dizajnit danez, funksionalitetit dhe çmimeve të aksesueshme. Si është pritur ky koncept nga konsumatori shqiptar dhe në çfarë mënyre përshtatet ai me mënyrën e blerjes dhe stilin e jetesës në rajon?

Një nga karakteristikat e Flying Tiger Copenhagen është se, pavarësisht identitetit të tij të qartë danez, koncepti është lehtësisht i kuptueshëm dhe i përshtatshëm për tregje të ndryshme.

Në Shqipëri dhe në rajon, familja, shtëpia, dhuratat dhe momentet e kaluara së bashku kanë një rëndësi të veçantë. Një pjesë e konsiderueshme e gamës sonë lidhet pikërisht me këto momente: nga produktet për shtëpinë dhe fëmijët, te artikujt krijues, festat, dhuratat apo aktivitetet që mund të zhvillohen së bashku me familjen dhe miqtë.

Konsumatori vendas ka reaguar mirë edhe ndaj mënyrës se si ne e trajtojmë dizajnin. Edhe një produkt relativisht i thjeshtë mund të ketë një element krijues, funksional apo të papritur. Kjo i jep më shumë vlerë përvojës së blerjes dhe është në përputhje me filozofinë tonë.

Zgjerimi në tregje të reja nuk lidhet vetëm me hapjen e dyqaneve, por edhe me ndërtimin e një strukture të qëndrueshme operacionale dhe organizative. Si po zhvillohet prania e kompanisë dhe çfarë roli kanë investimet në ekipet dhe kapacitetet lokale në këtë strategji? Për ne, zgjerimi nuk matet vetëm me numrin e dyqaneve. Që një biznes të zhvillohet në mënyrë të qëndrueshme, duhet të ndërtohen paralelisht strukturat, proceset dhe ekipet që mund ta mbështesin këtë rritje në afat të gjatë.

Flying Tiger Copenhagen aktualisht operon në katër tregje dhe plani ynë është që deri në fund të vitit 2027 të jemi të pranishëm në gjashtë tregje. Kjo rritje kërkon investime jo vetëm në rrjetin e dyqaneve, por edhe në organizatë, në ekipet lokale dhe në ndërtimin e kapaciteteve që mund të mbështesin zhvillimin e biznesit në secilin treg.

Kemi nevojë për epike që njohin tregun, kuptojnë konsumatorin dhe njekohësisht janë në gjendje të zbatojnë standardet dhe kulturën e një marke ndërkombëtare si Flying Tiger Copenhagen.

Në të njëjtën kohë, operimi në disa tregje na mundëson të ndajmë përvojat, të ndërtojmë procese më efikase dhe të krijojmë një strukturë që mund të mbështesë jo vetëm rritjen aktuale, por edhe zgjerimin e mëtejshëm gjatë viseve të ardhshme.

Pas pothuajse një viti aktiviteti në Shqipëri, cilat janë mësimet kryesore që keni marrë nga tregu? A ka pasur elemente që ju kanë surprizuar në sjelljen e konsumatorit, performancën e kategorive të produkteve apo mënyrën se si është perceptuar marka?

Një nga mësimet kryesore ka qenë se konsumatori shqiptar e ka kuptuar relativisht shpejt konceptin e Flying Tiger Copenhagen. Marka është pritur mirë nga profile shumë të ndryshme konsumatorësh, gjë që konfirmon se produktet tona nuk kufizohen në një kategori apo grupmoshë të caktuar.

Kemi parë interes si për produktet funksionale të përdorimit të përditshëm, ashtu edhe për kategoritë me një element më të fortë krijues, dekorativ apo argëtues. Gjithashtu, koleksionet sezonale dhe produktet që lidhen me momente specifike të vitit kanë treguar se konsumatori shqiptar reagon mirë ndaj risisë dhe ndryshimit të vazhdueshëm të produkteve tona.

Një tjetër element pozitiv është gatishmëria e konsumatorit për t'u rikthyer në dyqan. Për ne kjo është shumë e rëndësishme, sepse një pjesë themelore e konceptit është pikërisht zbulimi: dyqani duhet të ofrojë vazhdimisht arsye të reja për t'u vizituar.

Sektori i shitjes me pakicë po transformohet me shpejtësi, i ndikuar nga digjitalizimi, ndryshimi i sjelljes së konsumatorit dhe rritja e vëmendjes ndaj qëndrueshmërisë. Si po i adreson Flying Tiger Copenhagen këto sfida dhe si planifikon të përdorë strategjitë e nevojshme për të adresuar këto ndryshime?

Copenhagen keto zhvillime dhe chet konsolidimi prioritete kryesore strategjike per vitet e ardhshme:

Sjellja e konsumatorit po ndryshon dhe, bashkë me të, po ndryshon edhe roli i dyqanit fizik. Ne besojmë se dyqani vazhdon të ketë një rol qendror, veçanërisht për një koncept si Flying Tiger Copenhagen, ku kontakti me produktin, prezantimi dhe elementi i zbulimit janë pjesë e rëndësishme e përvojës.

Nga ana tjetër, kanalet digjitale na mundësojnë ta zgjasim këtë marrëdhënie edhe përtej vizitës në dyqan. Ato janë një mjet i rëndësishëm për të prezantuar produktet dhe koleksionet e reja, për të krijuar frymëzim dhe për të komunikuar në mënyrë më të drejtpërdrejtë me konsumatorin.

Qëndrueshmëria është gjithashtu një drejtim që po merr gjithnjë e më shumë rëndësi për industrinë. Kjo lidhet me mënyrën se si mendohen produktet, materialet, paketimi dhe proceset e operimit.

Për tregjet ku operojmë sot dhe ato ku synojmë të zgjerohemi, prioritetet tona mbeten zhvillimi i kujdesshëm i rrjetit, konsolidimi i markës, përmirësimi i vazhdueshëm i përvojës së konsumatorit dhe ndërtimi i kapaciteteve që na mundësojnë të rritemi në mënyrë të qëndrueshme.

Duke parë përpara, cili është vizioni juaj për zhvillimin e Flying Tiger Copenhagen gjatë viteve të ardhshme? Si e shihni zgjerimin e rrjetit në tregjet ku operoni sot dhe mundësitë për hyrje në tregje të reja europiane?

Ambicia jonë është që Flying Tiger Copenhagen të ndërtojë një prani të fortë dhe afatgjatë në tregjet ku operojmë dhe, njëkohësisht, të vijojë zgjerimin edhe drejt tregjeve të reja europiane.

Aktualisht jemi të pranishëm në katër tregje dhe synimi është që deri në fund të vitit 2027 të operojmë në gjashtë tregje. Paralelisht, po shikojmë mundësinë e zgjerimit të aktivitetit edhe në tre tregje të Bashkimit Europian, çka e vendos zhvillimin e kompanisë në një perspektivë më të gjerë se vetëm rajoni ku kemi nisur aktivitetin.

Zgjerimi i rrjetit të dyqaneve do të mbetet një pjesë e rëndësishme e strategjisë sonë, por qasja jonë nuk është të rritemi vetëm përmes numrit të pikave të shitjes. Çdo hap i ri duhet të mbështetet nga një strukturë e shëndetshme operationale, nga ekipet e duhura dhe nga një kuptim i mirë i tregut ku hyjmë.

Në vitet e ardhshme do të vazhdojmë të investojmë në rrjetin e dyqaneve, në zhvillimin e ekipeve, në forcimin e markës dhe në përmirësimin e përvojës së konsumatorit.

Objekti ynë afatgjatë është të ndërtojë një platformë të qëndrueshme zhvillimi për Flying Tiger Copenhagen, me një prani gjithnjë e më të gjerë europiane, duke ruajtur njëkohësisht atë që e bën konceptin tonë të dallueshëm: dizajnin, kreativitetin, aksesueshmërinë dhe kënaqësinë e zbulimit të diçkaje të re. **Versus.al**

Tags:

[silvio qvqja balfin group](#)

Poll



AKTUALITET

[Me pistoletë me silenciator dhe skafandra, dalin FOTO-t e autorëve që vr* në Tanin e Rruzhiut pranë policisë Sarandë](#)

25 Shtator 2026, 14:23

^ekstrakti^



AKTUALITET

[U rrah nga shoferi pas sherrit në rrugë, shefi i komisariatit të Krujës: Ishte nën efektin e drogës](#)

25 Shtator 2026, 14:04

^ekstrakti^





AKTUALITET

Me shkopinj bejsbolli dhe grupe gati për sherr, policia parandalon tragjedinë, procedohen 23 të mitur në Tiranë

25 Shtator 2026, 13:12

^ekstrakti^



Pamja këtu është e ri-koduar për ta futur në dokument. Artefakti autoritar është skedari WebP i ruajtur, dhe hash-i i tij është ai i shtypur te faqja e parë — pra dallimi është i verifikueshëm, jo i fshehur.