

SEKTORI I TURIZMIT



Adresa:
Rr. Skerdilajd Llagami
Nd.1, H.6,
Tiranë, Shqipëri

website: www.aida.gov.al
email: info@aida.gov.al
Tel: +355 042 251001

HISTORIKU I SEKTORIT DHE KARAKTERISTIKAT E TIJ

STATISTIKA TË VITEVE TË FUNDIT

VLERA E TURIZMIT NE EKONOMI

KONTRIBUTI NË PUNËSIM

RRITJA DHE QËNDRUESHMËRIA E SEKTORIT

PROCESET E PUNËS, PRODUKTET DHE SHËRBIMET

STANDARTET DHE CERTIFIKIMI

SFIDAT E SEKTORIT

HISTORI SUKSESI

MBËSHTETJA E SEKTORIT NGA SHTETI DHE AIDA

E ARDHMJA E SEKTORIT

HISTORIKU I SEKTORIT DHE KARAKTERISTIKAT E TIJ

Hapat e parë të turizmit në Shqipëri datojnë në shekullin e XIX. Si fillim me udhëtar të largët dhe të njohur si Evlija Celebiu, Lord Bajroni dhe Edit Durham. Sot e kësaj dite, kemi kujtime të shkruara prej tyre. Pamjet e para filmike të Shqipërise vijnë nga viti 1914 kur një operator austriak filmoi pjesë që formonin mozaikun e turizmit malor, bregdetar, kulturor dhe arkeologjik. Kruja, Butrinti, Durrësi, Apollonia shiheshin si pika turistike dhe historike të kohës. Një pikë kulmore e turizmit u vu re në vitet 1928-1930.

Gjatë viteve 1960-1990, trajtimi i turizmit si degë kryesore ekonomike u bë i pamundur nga shteti komunist, sepse cilësohej si një sektor ideologjik dhe propagandistik. Prishja e marrdhënieve me Bashkimin Sovjetik, humbi turistët perëndimor dhe lindor. Pas kësaj situatë mbeti vetëm turizmi i brendshëm.

Në ndryshimin e viteve 1990-1991 Shqipëria braktisi sistemin e izolimit të gjatë komunist dhe u përfshi nga një periudhë e tranzicionit të gjithëanshem politik, ekonomik dhe shoqëror ndaj sistemit demokratik. Kjo situatë e përgjithshme ekonomike, politike dhe sociale që u krijua në Shqipëri pas vitit 1990, ka ndikim të fuqishëm edhe në zhvillimin e Turizmit. Gjatë viteve 2000 e më tej, turizmi pati rritje të shpejtë dhe Shqipëria filloi të ishte anëtare e organizatave të ndryshme botërore, turizmi ishte sektori më me perspektive dhe prioritet dhe gjithashtu filloi nxitja e investimeve vendase e të huaj vecanërisht në fushën e turizmit.

Tabela më poshtë reflekton numrin total të turistëve ndër vite dhe koheqendrimin mesatar.

VITET	TURIST GJITHSEJ	KOHEQENDRIM (DITE)
1956	280	12.9
1965	1203	4.8
1990	29997	2.8
1995	47275	2.6
1997	19154	2.4
2012	1250000	5.9

STATISTIKA TË VITEVE TË FUNDIT

Industria e turizmit zë një vend të veçantë në ekonomi dhe është një burim i rëndësishëm për zhvillimin e vendit. Në këtë buletin statistikor po sjellim të dhëna ekonomike për disa zëra gjatë periudhës 2014 - 2021, që tani janë mundësuar nga Banka e Shqipërisë. Ndërsa të dhënat për Strukturat Akomoduese janë mundësuar nga Drejtoria e Përgjithshme e Tatim Taksave.

Turizmi i parapandemisë, në 2019-ën vendosi rekordin e 6.4 milionë turistëve të huaj. Nga 840 struktura akomoduese në 2013-ën, në sistem me NIPT aktiv rezultojnë sot, rreth 2900 të tilla. Hotele, resorte, fshatra turistike, bujtina, guest house, shtëpi pritëse, kategori të të gjitha llojeve të strukturave akomoduese nga bregdeti në thellësi të vendit. Në 4 vitet e fundit ka 350 struktura të reja të përfunduara.

Shpenzimet ditore: **57,5 euro/ditë**

Kohëqendrimi i turistëve: **4 netë**

Origjina e turistëve: **Kosova, Maqedonia e Veriut, Greqia, Mali i Zi, Angli, Itali**

Qëllimi turistik: **Turizëm bregdetar dhe malor**

Struktura te reja akomoduese: **350 struktura te reja**

Numri më i madh i kompanive është i përqëndruar, kryesisht, në qytetet e mëdha, si: Saranda, më pas vjen bashkia e Vlorës për numrin e madh të strukturave të regjistruara dhe vijon me Tiranën dhe Shkodrën.

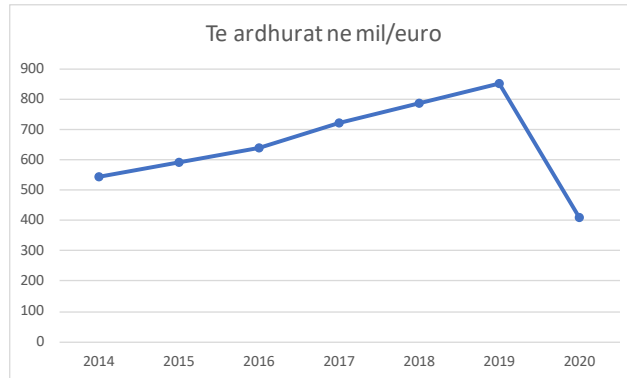
Në vitet e fundit po vihej re një rritje e interesit të investimeve në fushën e turizmit, por periudha e mbylljes së aktiviteteve prej Covid-19, u ndje dhe në fushën e investimeve për ndërtimin e hoteleve dhe strukturave të tjera akomoduese.

Më poshtë gjendet tabela që tregon vlerat e krahasuar për katër vitet e fundit:

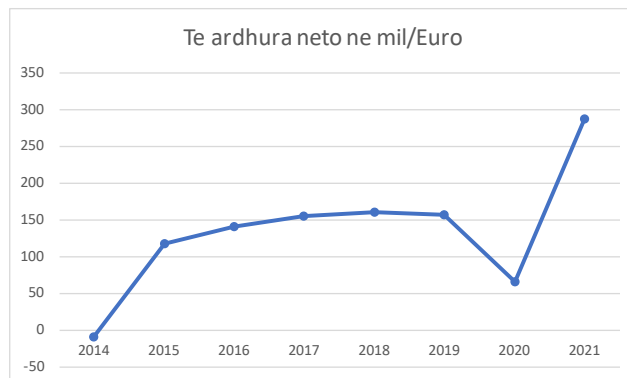
Gjashtmujori i I 2017-2019	2017	2018	2019	2020	2021
Numri i lejeve të ndërtimit për hotele e struktura të ngjashme	17	32	39	9	11
Vlera e përafërt e investuar (000 lekë)	998,862	1,428,758	11,068,368	383,362	35,758
Sipërfaqja e lejeve të ndërtimit miratuar (m2)	29,023	42,896	310,962	11,259	5,964

Tab 1: Burimi INSTAT

Të dhënat statistikore në udhëtim dhe turizëm kanë një rritje prej 68.2% krahasuar me vitin 2020, por që ende është një vlerë më e ulët se viti 2019 për shkak të krizës së shkaktuar nga pandemia Covid 19 të dhënat janë si më poshtë:



Edhe të ardhurat neto nga udhëtim/turizmi kanë shënuar një rritje të ndjeshme krahasuar me vitin paraardhës. Të ardhurat neto janë rritur 3 herë më shumë krahasuar me 2020. Rritja e të ardhurave neto është më e lartë se viti 2019, pasi vihet re që janë ulur shpenzimet gjatë këtij viti krahasuar me vitet paraardhëse.



VLERA E TURIZMIT NË EKONOMI

Turizmi ka një ndikim të qartë në agregatet makroekonomikë dhe rrit stabilitetin makroekonomik të ekonomisë kombëtare, duke përshpejtuar në të njëjtën kohë zhvillimin lokal dhe rajonal, dhe rritjen e punësimit.

EFEKTET EKONOMIKE TË TURIZMIT

- Promotor në zhvillim ekonomik
- Promovues në imazhin e Shqipërisë si gjenerator i vendeve të reja të punës
- Rritjen e nivelit në mes të kërkesës dhe ofertës
- Mobilizon kapacitetet prodhuese industriale dhe bujqësore
- Mobilizon kapacitetet ndërtimore dhe transportin
- Kontribues i mirëqenies së përgjithshme sociale



KONTRIBUTI NË PUNËSIM

Këshilli Botëror i Turizmit dhe Udhëtimit (WTTC) në raportin për vitin 2016 ka përllogaritur ndikimin në ekonominë shqiptare të kësaj industrie. Sipas vlerësimeve për vitin 2015, kontributi direkt u llogarit në 6% të Prodhimit të Brendshëm Bruto (87.6 mld lekë).

Parashikohet që ndikimi direkt i kësaj industrie në PBB të rritet me rreth 5.4% deri në vitin 2026, duke e çuar peshën totale në rreth 8%. Ndërsa sa i përket kontributit total të industrisë ndaj PBB-së për vitin 2015, kjo shifër arriti në 306.2 miliardë lekë (21.1% e PBB-së). Për këtë vit, parashikohet që ky kontribut të rritet me afërsisht 5.4%, ndërsa deri në 2026-n, me rreth 5.3% për të arritur në 27.2% e PBB-së.

Sa i përket punësimit, raporti i WTTC-së llogariti që kontributi direkt ishte 51,000 vende pune (5.5% e totalit të punësimit). Kjo shifër parashikohet të rritet me rreth 4% (77,000) deri në vitin 2026. Në total, kontributi i industrisë u llogarit në 19.3% (180,000 vende pune).

Gjatë vitit 2016, u rrit me 3.1% (185,500 vende pune) dhe parashikohet të rritet me rreth 3.6% deri në vitin 2026.

Gjatë vitit 2021, eksporti i turistëve gjeneroi 204.2 miliardë lekë (33.5% e totalit të eksporteve). Ky tregues pritet të rritet rreth 5.5% në vit deri në 2026-n. Sipas të dhënave nga ministria e Turizmit dhe Mjedisit,

parashikohet që rritja e kontributit direkt dhe indirekt të turizmit në Prodhimin e Brendshëm Bruto të shkojë nga 26% në vitin 2016, në nivelin e 29% në vitin 2022, duke mbajtur një rritje mesatare vjetore për periudhën 2018-2022 në nivelet e 6.1% në vit. Rritja e punësimit nga niveli i 85 mijë të punësuar direkt në sektorin e turizmit ose 7.7% të numrit total të të punësuarve në vitin 2016, synohet të arrijë në 100 mijë vende të reja pune ose 8.5% të totalit të të punësuarve deri në vitin 2022.

RRITJA DHE QËNDRUESHMËRIA E SEKTORIT

Turizmi, shihet si sektori që do të garantojë zhvillim të qëndrueshëm ekonomik, duke siguruar punësim, nxitje të ndërmarrjeve të vogla e të mëdha, më shumë të ardhura e më shumë mirëqenie për qytetarët shqiptarë. Turizmi është tashmë një sektor ekonomik me ndikim të madh që synon të plotësojë kërkesat e qytetarëve shqiptarë dhe turistëve të huaj për vizita kulturore, kohën e lirë, shëndetin dhe sportin, akomodimin, ushqimin dhe argëtimin, etj, duke ndryshuar pozitivisht strukturën ekonomike, duke krijuar vende të reja pune dhe të ardhura të konsiderueshme, si dhe duke kontribuar në zhvillimin social dhe ekonomik të vendit.

Projektimi dhe krijimi, i një imazhi cilësor dhe të qëndrueshëm të Turizmit, në Shqipëri, nëpërmjet përdorimit të sigurt dhe të kontrolluar të burimeve dhe potencialeve lokale, duke u fokusuar në atë çka, Shqipërinë, e bën unike dhe duke garantuar shërbime, në përputhje me standardet ndërkombëtare, janë kyçi për garantimin e zhvillimit të turizmit të përgjegjshëm dhe të qëndrueshëm në vend.



PROCESET E PUNËS, PRODUKTET DHE SHËRBIMET

Zhvillimi i produktit turistik është një nga faktorët e rëndësishëm të zhvillimit të turizmit në Shqipëri. Nga pikëpamja gjeografike, produkti turistik është i përhapur në pjesën më të madhe të territorit të vendit. Produkti turistik shqiptar nuk është një rajon i vetëm, por përfshin trashëgiminë kulturore dhe natyrore të përhapur në gjithë rajonet kryesore të Shqipërisë dhe ofertën bregdetare për bregdetin e Adriatikut dhe Jonit. Produkti turistik është një paketë elementesh që ofrohen nga shumë subjekte publike dhe private, nganjëherë në një rajon, komunitet dhe, nganjëherë, në formë paketash për gjithë vendin. Nisur nga prirjet aktuale të tregut botëror të turizmit, sfida kryesore e Shqipërisë është të zhvillojë produktin turistik që të jetë më cilësor, të jetë më proaktiv ndaj tregut dhe të ketë qëndrueshmëri në cilësi mbi shërbimet dhe destinacionet, në zona të ndryshme gjeografike.



Turizmi i diellit dhe detit

Produkti kryesor që fokusohet në turizmin “plazh dhe diell”. Destinacionet kryesore bregdetare janë Velipoja, Shengjini, Durrësi (Deti Adriatik), Vlora, Himara, Saranda, Ksamili (Deti Jon). Produkti “plazh dhe diell” në disa rajone të Shqipërisë, ofron avantazhe në mjedisin natyror, objektet e akomodimit, shërbimet e kuzhinës dhe shërbimet speciale.



Turizmi kulturor

Shqipëria njihet si një destinacion tërheqës dhe i pasur kulturor, si rezultat i investimeve në lloje të reja të produkteve të turizmit kulturor. Investimet në sitet kulturore, ndërtesa, sitet fetare dhe rrugët e pëllgrinazhit në qytete dhe fshatra të ndryshme të Shqipërisë, kanë rezultuar në përfshirjen e tyre në itinerare të rëndësishme turistike. Pikat turistike dhe ofertat për turizëm kulturor janë të mirënjohura dhe të konsoliduara në tregjet kryesore të burimeve. Duke qenë se atraksionet e trashëgimisë kulturore janë në kërkesë gjatë gjithë vitit, interesi i lartë duhet të kapitalizohet për të rritur shtrirjen sezonale dhe përhapjen gjeografike të turizmit. Shqipëria ofron tre vende të Trashëgimisë Botërore: Parku Arkeologjik Butrinti, zonat UNESCO Berat dhe Gjirokastrë, pasuar nga një sërë atraksionesh dhe monumentesh historike dhe kulturore.



Turizmi i natyrës

Në destinacione të përzgjedhura me potenciale natyrore tërheqëse dhe fshatra tradicionale me një mënyrë jetese autentike ekziston një gamë tërheqëse produktesh turistike me interes të veçantë. Ofertat për turizmin natyror janë të mirënjohura dhe të konsoliduara në tregjet kryesore të burimeve.



Turizmit shëndetësor

Produkti i turizmit shëndetësor synon të përmirësojë ofertën turistike shqiptare dhe të përmirësojë shpërndarjen gjeografike të saj, duke siguruar mundësi të reja të rritjes ekonomike, punësim dhe përdorim eficient të burimeve. Aktualisht ky lloj produkti është adresuar në mënyrë sporadike sipas kërkesave të rastit, me një vlerë të ulët në treg kur njihet gjerësisht se një produkt i këtij lloji është relativisht i shtrenjtë dhe siguron të ardhura të konsiderueshme për ekonominë. Avantazh i Shqipërisë në të ardhmen do të jetë kombinimi i shërbimeve shëndetësore me çmimet konkurruese dhe qëndrimin e këndshëm në një vend turistik.



Turizmi i biznesit/konferencave

Zhvillimi i mëtejshëm i infrastrukturës, ndërtimi i qendrave të reja për organizimin e konferencave dhe kongreseve, përmirësimi i kapaciteteve të strukturave akomoduese për organizimin e veprimtarive të tilla, investime për implementimin e standardeve sa më të larta në strukturat akomoduese, si resorte dhe hotele, të cilat janë pjesë e markave të njohura ndërkombëtare hoteliere dhe tregut të organizimit të konferencave e kongreseve, do të mundësojë fokusimin e Shqipërisë në zhvillimin e produktit të turizmit të biznesit/konferencave, fillimisht në organizimin e aktiviteteve/konferencave deri në 500 pjesëmarrës e më pas në aktivitete/konferenca më të mëdha.

STANDARDET DHE CERTIFIKIMI

Klasifikimi i strukturave akomoduese me 4 apo 5 yje që janë mbajtës të një marke tregtare të regjistruar dhe të njohur ndërkombëtarisht “brand name”, është një proces vlerësimi që i nënshtrohen të gjitha subjektet që ushtrojnë veprimtari si strukturë akomoduese, në territorin e Shqipërisë. Ky proces përfshin klasifikimin e strukturave akomoduese në: Hotel” katër yje “Hotel” pesë yje; “Resort” katër yje; “Resort” pesë yje.

Cilësia e shërbimeve turistike ka 3 nivele:

1. **Cilësia teknike** (gjendja e infrastrukturës);
2. **Cilësia sociale** (niveli i shërbimit, profesionalizmi i stafit);
3. **Cilësia e mjedisit** (ekologjia, standardi i jetesës së popullsisë vendase, strehimi dhe shërbimet komunale).

Kërkesat e detyrueshme për cilësinë e shërbimeve turistike:

- Siguria e jetës dhe shëndetit;
- Garancia e ofrimit të shërbimeve, sipas kuponit;
- Siguria e pasurisë së turistëve;
- Mbrojtjen e mjedisit.



SFIDAT E SEKTORIT

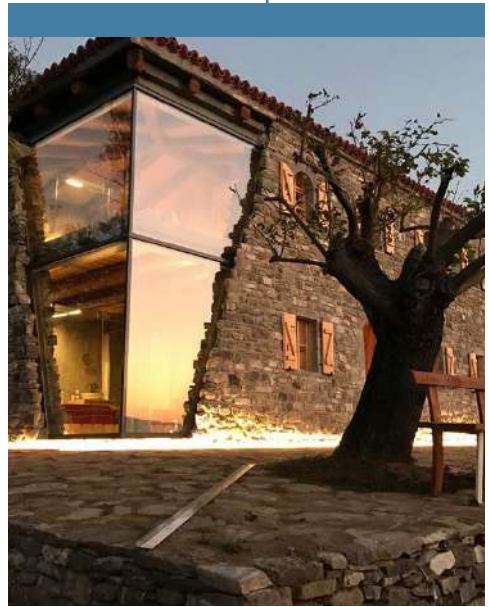
Sfidat kryesore të industrisë së turizmit për periudhën afatmesme janë shumë. Mundësimi i aksesit në destinacionet turistike, përmirësimi i infrastrukturës në destinacion dhe nxitja e zhvillimit të infrastrukturës turistike është ajo që mbetet një nga elementët kyç si themeli pa të cilin industria e turizmit nuk mund të ketë as zhvillime sasiore e as cilësore. Sistemi i brendshëm i transportit publik dhe aksesit në destinacionet turistike është një tjetër pikë që kërkon vëmendje. Po kaq me rëndësi është edhe rregullimi, standardizimi dhe çertifikimi i strukturave akomoduese dhe shërbimeve të tjera turistike. Zbatimi i një sistemi standardizimi dhe klasifikimi të strukturave akomoduese është një element i rëndësishëm që do të garantojë nivelin e cilësisë së operatorëve dhe shërbimeve të ofruara prej tyre, si dhe do të sigurojë rregullimin e tregut të turizmit duke nxitur tërheqjen e markave ndërkombëtare të hotelierisë e operatorëve turistikë.

Promovimi i një produkti të integruar turistik dhe përmirësimi i imazhit të vendit duke kombinuar atraksionet dhe aktivitetet turistike në produkte turistike të konsoliduara dhe promovimi i tyre në tregun rajonal, europian e global. Ngushtësisht i lidhur me këtë element, është edhe promovimi i vendit si një destinacion turistik i sigurt e mikpritës, me një ofertë turistike të konsoliduar e me produkte autentike. Se fundmi, ngritja e një sistemi eficient të formimit të vazhdueshëm profesional të burimeve njerëzore të angazhuara në turizëm është një sfidë serioze për sektorin. Përballimi i masivizimit të turizmit do të jetë një sfidë e për këtë do duhet të ngrihet një sistem eficient i formimit profesional i cili do të mundësojë trajnime të vazhdueshme për punonjësit e strukturave akomoduese e restoranteve, për udhërrëfyesit turistikë e kështu me rradhë për të gjithë ofruesit e tjerë të shërbimeve, duke mundësuar përmirësimin e cilësisë së tyre.

HISTORI SUKSESI

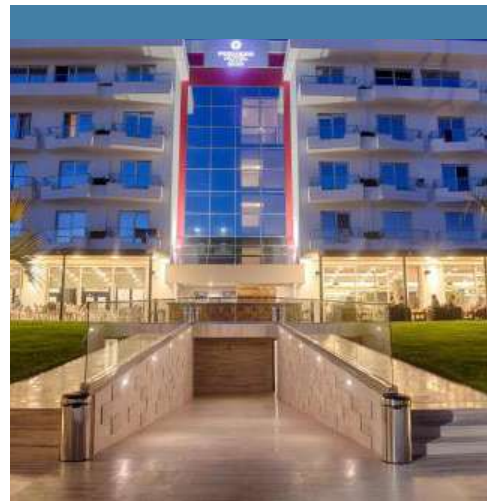
MRIZI I ZANAVE LEZHE

Mrizi i Zanave gjendet në Fishtë të Zadrimës, në qytetin e Lezhës e ndërtuar nga vëllezërit Prenga. Dy djem të rinj me frymë europiane, krijuan këtë agroturizëm për të ruajtur dhe prezantuar ushqimin tradicional shqiptar. Mrizi i Zanave angazhon rreth 400 familje që prodhojnë dhe grumbullojnë produkte blegtorie dhe bujqësore. Rreth 70 të rinj e të reja e bëjnë Mrizin të gumëzhijë nga energjia e tyre dhe me po të njëjtën energji ata mirëpresin turistë dhe përcjellin traditën vendase. Si rrjedhojë, ky agroturizëm është kthyer në histori sukseasi pasi vizitohet nga shume turistë në vit të cilët përjetojnë një eksperiencë unike gastronomike. Vera, lëngu i thanës, vaji, bulmeti, pastërmaja, frutat, perimet etj. Të gjitha janë produkte bio të Shqipërisë, kryesisht të zonës së Lezhës.



PREMIUM RESORT, DURRES

I ndodhur në pjesën më të bukur të plazhit të Golemit, Resorti i ri turistik modern me 5 Yje, "Premium Beach Hotel", ndërtuar me një arkitekturë të vecantë ndodhet në bregdetin Adriatik. Me një shërbim profesional që ruan standartet, e që në qëndër të vëmëndjes ka klientin, me 114 dhomat standarde dhe suitat, të mobiluara me një stil luksoz modern ku shumica e tyre ofrojnë pamje unike mbi detin Adriatik, ky resort bën që pushimet dhe aktivitetet apo eventet, me pishinat dhe detin që ofron, sallat e seminarëve e konferencave të mbeten të paharueshme.



FATION PLAKU - HOMELAND

Riviera shqiptare, alpet dhe mjaft bukurit që ofron Shqipëria janë paraqitur përmes një albumi fotografik Homeland nga Fatjon Plaku. I apasionuar pas bukurisë së natyrës ai nuk nguron të vendosë objektiv në çdo detaj të paprekur nga dora e njeriut si një resurs për tu shfrytëzuar jo vetëm nga vendasit, por edhe nga turistët e huaj. Ky album me fotografi do të jetë një guidë për të gjithë turistët që mund të tregojnë akoma më shumë interes për të vizituar Shqipërinë. Por përveç fotove visitë e këtij botimi janë edhe vendndodhjet apo edhe videot që mund të hapen nëpërmjet skanimit. E gjithë bukuria e resurseve natyrore dhe pikave turistike të Shqipërisë janë shkrepur nga një aparat, i cili pasqyron një Shqipëri larg rrëmujave të krijuara prej ndërtimeve dhe ndërhyrjeve pa kriter të dorës së njeriut.

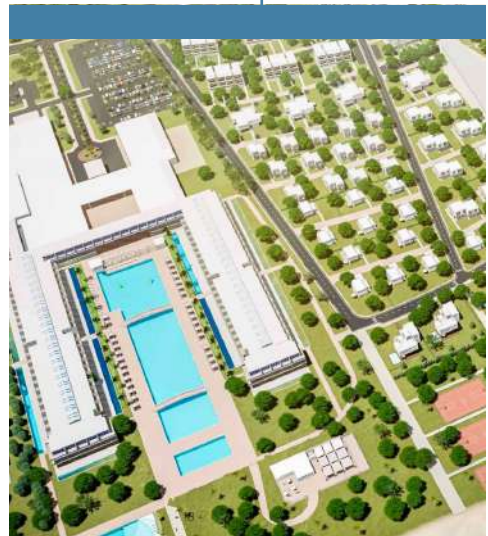


KOMPANI TË RËNDËSISHME TË SEKTORIT

SAN PIETRO

Investimi kompleks dhe i përket pjesërisht sektorit strategjik të turizmit bregdetar me një fshat turistik dhe hotel modern me 500 dhoma dhe 1500 metra vijë bregdetare me një plazh ekskluziv në Gjirin e Lalëzit, 40 minuta larg Tiranës dhe 20 minuta larg Durrësit. Projekti më i madh i këtij lloji në gjithë rajonin e Ballkanit.

Me një parcelë prej 350.000 m², është krijuar në bashkëpunim me Edil Al dhe Concord Investment, grupi spanjoll që ka qenë gjithmonë lider për futjen e koncepteve të reja dhe rritjen e standardeve në nivele sa më të larta. Ky kompleks do të punësojë 250 persona.



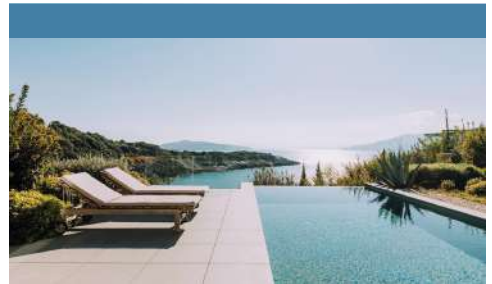
GREEN COAST

Një kompleks turistik elitë, në një sipërfaqje prej 21,751,695 m² në Palasë të Himarës, përfshin ndërtimin e një hoteli bashkëkohor (4-5 yje), SPA, aktivitete argëtuese dhe rekreative. Njëkohësisht dhe vila 2 katëshe. Ky kompleks do të hapi më shumë se 800 vende pune.



KEP MERLI

Investim në zonën e Ksamilit, Sarandë, një kompleks turistik nga më të mëdha në këtë zonë, me një sipërfaqje 280 000 m². Ky projekt synon hapjen e mbi 263 vendeve të reja pune dhe zhvillim dhe mirëmbajtje të zonës së Ksamilit me standarte hotelerie.



MBËSHTETJA E SEKTORIT NGA SHTETI DHE AIDA

AIDA ka asistuar projekte si Green Coast, Kep Merli, San Pietro, etj, te cilet kane fituar statusin e investitorit strategjik për të paktën tre vite, gjë që mundëson përshejtimin e procedurave burokratike, si dhe lehtësi në shfrytëzimin e truallit shtet. AIDA ka ndihmuar në kryerjen e procedurave me prioritet dhe brenda afateve të përshejtuara, në përputhje me legjislacionin për investimet strategjike. Po kështu, asistencë në lidhje me dhënien e lejeve, licencave dhe autorizimeve të nevojshme për realizimin e projektit. AIDA ka asistuar dhe projekte te tjera si Vala Mara, Gjiguria Construction, etj. të cilat të gjitha vlerë e shtuar për Shqipërinë dhe turizmin shqiptar.



E ARDHMJA E SEKTORIT

Në vitet e fundit, industria e Turizmit ka rritur kontributin e saj në ekonominë e vendit në terma monetarë dhe në ato të punësimit. Në katër vitet e ardhshme, do të nxitë diversifikimin e turizmit në mënyrë që të kemi një turizëm më të qëndrueshëm dhe gjithëvjeter.

Objektivat që synohen janë: centralizmi i procesit të planifikimit në turizëm, reformim i institucioneve, agjencive që merren me turizmin, vendosje e rregullt në treg e të gjithë operatorëve ekonomikë në fushën e turizmit (agjenci, operatorë turistikë, udhërrëfyes dhe struktura mikpritëse) dhe kontroll i imtësishëm i cilësisë dhe i standardeve në strukturat mikpritëse.

Do të konsolidohen 4 destinacione turistike kombëtare; Alpet Shqiptare, destinacion i bazuar në ecjen në mal (trekking), kjo e lidhur me natyrën, aktivitetin dhe turizmin sportiv.

Plazhet e Jugut dhe kombinimi me malet, Portet e Marinat kanë një potencial të lartë për thithjen e turistëve të huaj dhe gjithashtu, Tirana si kryqytet do të vazhdojë të përmirësohet në infrastrukturë për ta kthyer atë në një qender atraktive për evente të biznesit rajonal dhe vizitorët e fundjavës, por edhe qendër kulturore e turistike.





ALBANIAN INVESTMENT DEVELOPMENT AGENCY

invest in Albania



Adresa:
Rr. Skerdilajd Llagami
Nd.1, H.6,
Tiranë, Shqipëri

website: www.aida.gov.al
email: info@aida.gov.al
Tel: +355 042 251001

