

LADA HORECA COMPRA LA MARCA MARCFI

«La recuperación de una marca»



Lada Horeca ha comprado la marca Marcfi, lo que vuelve a poner en primer plano de la actualidad a una firma histórica en el mundo del café, que ahora se alza de la mano de una empresa joven que desarrolla su actividad en el sector del equipamiento hostelero. «Esta acción es un símbolo de nuestro proyecto de expansión previsto para los próximos años», declara Javier Cano, gerente de la compañía.

La marca Marcfi ejemplifica un símbolo de las empresas industriales de creación a principios del siglo pasado en España, con más de cien años de experiencia en el diseño, la fabricación y la comercialización de máquinas de café expreso.

Esta experiencia, basada, no solo en un sólido equipamiento industrial, sino también con la intervención ilusorante de un sabio equipo humano que participó con el máximo esfuerzo en el diseño, desarrollo y la evolución de la máquina de café, es lo que ha motivado a los responsables de Lada Horeca a adquirir la marca, en la que el propio Javier Cano trabajó como Director Técnico en su juventud.

—¿Qué les ha llevado a tomar la decisión de la compra de la marca Marcfi?

—Una de las actividades de nuestra empresa, y donde desarrollamos nuestros esfuerzos, es la de satisfacer las necesidades del sector hostelero, y más específicamente para el ámbito del café, en el que lideramos la fabricación y venta de termos de leche. Cuando nos llega la oportunidad de la compra de la marca Marcfi, se produce en nuestro equipo varias actitudes, unas emotivas y otras puramente comerciales. Las emotivas están relacionadas con nuestra relación histórica con la marca. Y las estratégicas son obvias: se nos

presentaba la oportunidad de poder disponer de una marca histórica con los significantes que supone tradicionalmente en el mundo del café. Esto supone el símbolo de nuestro proyecto de expansión prevista para los próximos años.

—¿Qué relación ha tenido con la marca Marcfi?

—Durante más de 50 años mi padre, Pedro Cano, dirigió el departamento de Desarrollo Fabricación y Calidad de la empresa Industrial Marcfi, y yo estuve dirigiendo unos años el Departamento Técnico y de I+D.

—¿Qué ha supuesto esta relación con la marca?

—A parte de los aspectos emotivos, uno muy importante fue el conocimiento y la experiencia, es decir, el *know how* de la marca.

—¿Qué proyectos tiene para la marca?

—Con la marca Marcfi y Lada juntas desarrollaremos unos equipamientos nuevos para la hostelería y el área del café, que nos permitirán abordar mercados no solo nacionales sino internacionales, como tenemos previsto en nuestros proyectos de expansión. Como parte de estos proyectos, nuestro equipo de imagen y comunicación ha elaborado unas propuestas de identidad visual de la marca Marcfi, desarrollando un *restyling* y adaptándola a los nuevos criterios de comunicación del momento actual.●