



Marçal Moliné

**Planificador estratègic i creatiu publicitari.
Fundador de l'agència MMLB**

Al 1971 va fundar amb Miguel Montfort, Joaquín Lorente i Eddy Bosten l'agència MMLB de la que en va ser el ideòleg. Posteriorment va estar associat amb Publicis i ha estat Director Creatiu a Tándem DDB de Barcelona, i a Bassat Ogilvy de Madrid. Ha obtingut nombrosos premis i també ha format part del jurat de diferents festivals de Publicitat, entre d'altres, del Festival de Cannes.



Marçal Moliné ha desenvolupat una línia pròpia d'investigació que es basa en la ciència i l'experiència de la pedagogia.

Ha publicat centenars d'articles de divulgació sobre l'activitat professional i les tècniques de Publicitat, especialment en les revistes Control, Anuncios i Ink-Creible. A més d'altres edicions de petit format com "La cercana revolución en marketing" (1961). "La crisis de la publicidad no es una crisis económica" (1994) i "La voluntad es libre, la memoria es programable".

Pel que fa a llibres, ha publicat, pel següent ordre:

- "La publicidad" (Salvat) Obra de divulgació dirigida al gran públic.
- "Manual del Director Creativo" (Programa Editorial) subtítulat "Vender con Rabia" i centrat en la pràctica professional.
- "La Comunicación Activa" (Deusto) On fa un anàlisi de la percepció de la comunicació i les tècniques destinades a aconseguir la seva memorització.
- "Malicia para Vender con Marca" (Deusto) (Ink-Creible) Un manual pràctic per preparar l'Estratègia de Marca.
- "La Fuerza de la Publicidad" (McGraw-Hill) que avarca tots els aspectes de la Comunicació Comercial i en la que hi col·laboren 15 firmes de màxim prestigi en la professió, que han escrit capítols sobre els temes en els que són especialistes. Aquest llibre està ja exhaurit però pot llegir-se lliurement en la seva integritat des de l'adreça <http://blocmoline.blogspot.com/>.

Conferència *Una destinació, una marca*



Marçal Moliné

Desenvolupa Seminaris “in-company” per a executius de grans companyies anunciants, i per Associacions Professionals. A més, el fet que les seves obres hagin estat adoptades com a llibres de text en Universitats i Escoles de Negocis en tot l'àmbit de països de parla hispana, rep moltes sol·licituds per a que pronuncii conferències, cursets i participi a congressos en ambdós costats de l'Atlàntic. En altres ocasions aquesta col·laboració ha arribat fins a professar l'assignatura de Creativitat Publicitària durant tres anys en la Universitat Abat Oliba de Barcelona, i dissenyar Cursos i Màsters sobre aquest mateix tema a la Universitat Cardenal Herrera de València.

Algunes de les empreses amb les que ha col·laborat: Agrupació Mútua - Antonio Puig - Aquilea - Arbora - Argal - Audi - Banca Catalana - Bankinter - Bankpyme - BBV - Bobadilla - Borges - Boulevard Rosa - Calisay - Casa Tarradellas - Cinzano - Club Internacional del Libro - Diago - Dim - Domecq - Doyma - El Corte Inglés - Europ Assistance - Fagor - Famosa - Ford - Fruco - Fuji - Gallina Blanca - Gillette - Grupo La Caixa - Grupo Prisa - G+J - Henkel - Isover - La Casera - La Fageda - La Toja - La Vanguardia - Merck - Miquel Alimentació - Nestlé - Noel - Nutrexp - Osborne - Orion - Punto Blanco - Segal - Starlux - Sun Alliance - Uralita - Vichy Catalán - Volkswagen - Woolite

<http://blocmoline.blogspot.com/>

"Peldaño a Peldaño: como hacer un Briefing" estableix una sistemàtica que pot ésser útil per planificar una acció de promoció turística i publicitat.

<http://www.moline-consulting.com/>

Conferència *Una destinació, una marca*