

Joaquín Lorente (Barcelona, 1943), definido durante tres décadas como el publicitario más influyente en la publicidad española, es ejemplo de la dedicación profesional a la evolución de la creatividad y la comunicación.

En 1970, a los 27 años, promovió y fundó MMLB (iniciales de los apellidos de los fundadores), un grupo innovador que transformó todo lo establecido en España hasta entonces en tales materias, para situarla en primera posición internacional. Desde el año 1985 hasta el 2000, Lorente estuvo al frente del grupo, el mayor del país, creador de la imagen y desarrollo de múltiples marcas, como Osborne, Central Lechera Asturiana, Allianz, Dodot y algunas que hoy son referencias mundiales, como BBVA, Iberdrola o Camper.

Ha desarrollado una importante labor de difusión de su especialidad a través de conferencias y artículos. Su trabajo creativo ha recibido más de cien premios internacionales, y el conjunto de su obra fue objeto durante cuatro meses de la exposición antológica "*Lorente, creador de marcas*" que tuvo lugar en el Palau Robert de Barcelona en 2006.

Entre su obra publicada hay que señalar: *Piensa, es gratis* (2009), traducida a once idiomas y libro del año en Japón, Corea del Sur y Chile; *Ciudadanos de la Tierra.com* (2004) y *Tú puedes* (2011). Su obra *Casi todo lo que sé de publicidad*, publicado en 1986, sigue siendo hoy el libro de su especialidad más vendido en España.