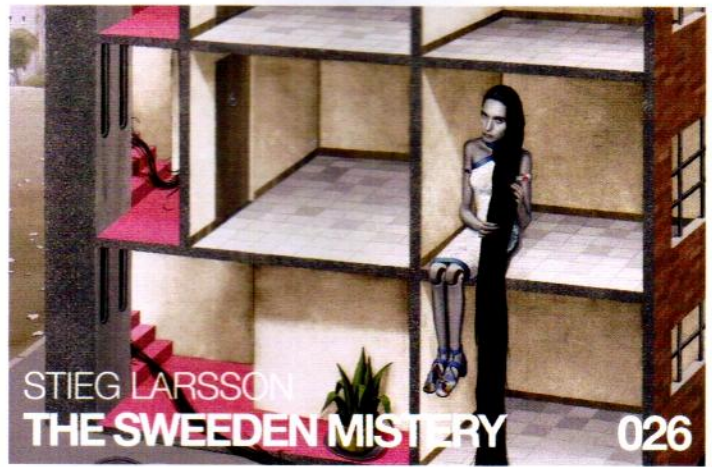
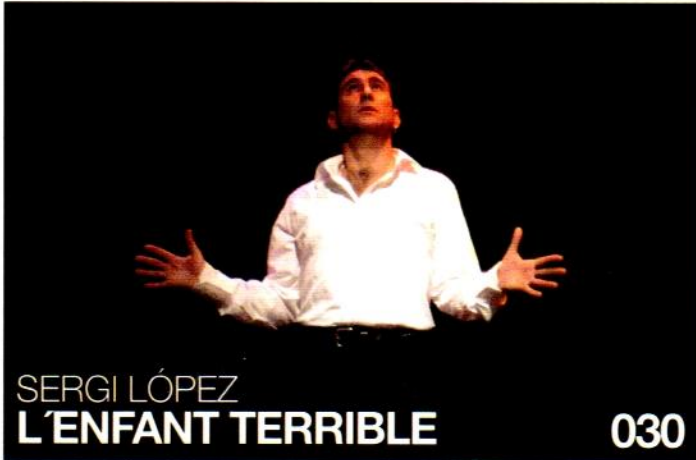




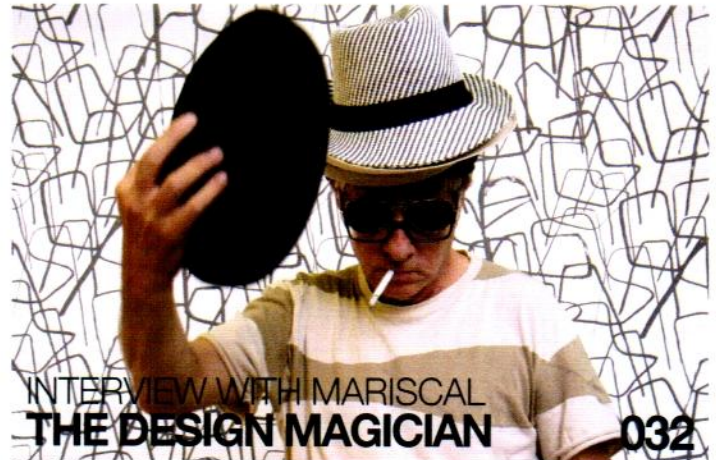
A CHILD IN THE STOCK MARKETS
TYCOON POCOYÓ 024



STIEG LARSSON
THE SWEDEN MISTERY 026



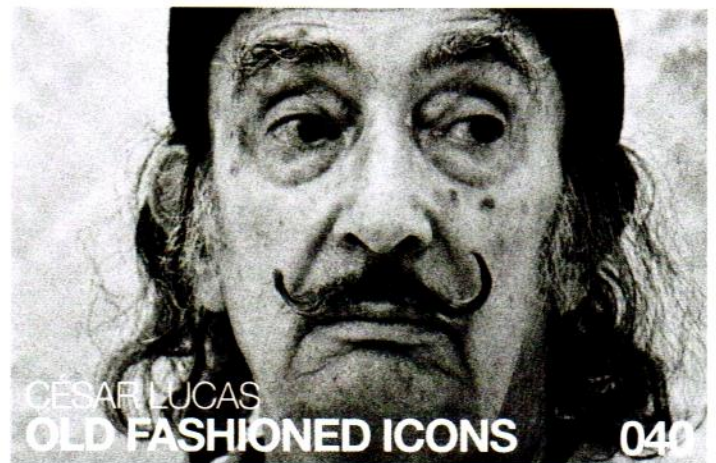
SERGI LÓPEZ
L'ENFANT TERRIBLE 030



INTERVIEW WITH MARISCAL
THE DESIGN MAGICIAN 032



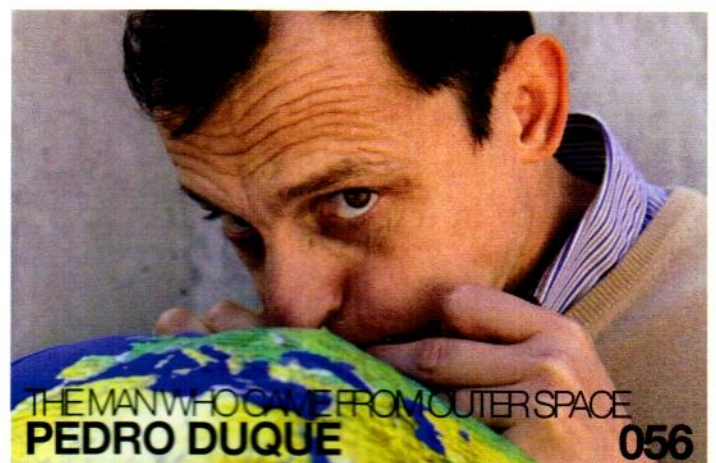
NEW DIGITAL MARKETS
THE GEEKEST PROJECTS 034



CESAR LUCAS
OLD FASHIONED ICONS 040



SPANISH GREEN POWER
ECOLAB 048



THE MAN WHO CAME FROM OUTER SPACE
PEDRO DUQUE 056



The president of Zinkia, José María Castillejo, surrounded by his favourite drawings. | El presidente de Zinkia, José María Castillejo, rodeado de sus dibujos favoritos.

Tycoon Pocoyó

THE ANIMATION SHATTERS THE STOCK MARKETS.
LA SERIE DE ANIMACIÓN REVIENTA LOS MERCADOS BURSÁTILES.

WORDS BY JAVIER GÓNZALEZ

THE CHILD POCOYÓ now has pocket money in the form of dividends. Zinkia, the producer of the highly successful Spanish animation series made its debut on the stock exchange in July and did pretty well for being the first company to jump on the stock market band wagon in more than a year of crisis: its shares went up 27% at the opening, from 1.92 to 2.45 euros, a price that it was still around at the beginning of September. "With its market listing Zinkia gains in solidity and transparency, something that's very important in our current moment of international expansion," explains the company's president José María Castillejo. The firm, after eight years of spreading illusion among children in more than 100 countries, with a branch in China among them, is living a golden moment. Pocoyó and his friends -Elly, Valentina, Pato, Loula and Pajaroto- have received such prestigious awards as the Cristal de Annecy and a BAFTA, and the series that has been running for two seasons is now to be extended with new shorts and video games. Nevertheless, Pocoyó, "the child that teaches how to learn laughing", is a very special lad, in a way that his path through the stock exchange could not be more different from the rest of his story. Zinkia is banking heavily on the alternative shares sector (MAB), a system created by Spain's stock markets to cater for companies that prefer to stay out of the continuous markets. This way, the quoted prices of the backpack child are fixed only during two periods of auctions, those of 12 and 16 hours, helping to attract financing from new investors for a sector that until now was not represented on Spanish stock markets.

EL NIÑO POCOYÓ ya tiene paga de fin de semana en forma de dividendo. Zinkia, la productora de la exitosa serie de animación española, salió a Bolsa el pasado mes de julio, y no lo hizo nada mal para haber sido la primera compañía en lanzarse al ruedo bursátil en más de un año de crisis: sus acciones se revalorizaron un 27% en su debut, de 1,92 a 2,45 euros, precio que rondaba aún a principios de septiembre. "Con la salida al mercado Zinkia gana en solidez y transparencia, algo muy importante en nuestro actual momento de expansión internacional", explica el presidente de la compañía, José María Castillejo. La firma, que tras ocho años repartiendo ilusión entre los niños ya opera en más de 100 países, con una sede en China incluida, vive un momento dulce: Pocoyó y sus amigos -Elly, Valentina, Pato, Loula y Pajaroto- han recibido premios tan prestigiosos como el Cristal de Annecy y el BAFTA, y la serie de dos temporadas se expande ahora con nuevos cortometrajes y videojuegos. No obstante, Pocoyó, "el niño que enseña a aprender riendo", es un chaval especial, de modo que su andadura bursátil no podía dejar ser diferente al resto de su historia. Zinkia ha apostado fuerte por el Mercado Alternativo Bursátil (MAB), un sistema creado por Bolsas y Mercados Españoles para dar cabida a empresas que prefieren evitar el mercado continuo. Así, los precios de cotización del niño de la mochila se fijan sólo en dos periodos de subasta, las 12 y 16 horas, logrando atraer la financiación de nuevos inversores a un sector hasta ahora no representado en la Bolsa española.

It's On Me

Planet 51

by Ignacio Pérez



A big investment makes things easier, but it doesn't ensure success of a film any more than that of the football team with the biggest budget or mean Formula 1 team spending the most always wins. Success is a mix of budget, resources, talent and hard work. If *Planet 51* is the most expensive film in the history of Spanish cinema it's because there was no other solution. In Spain there is no tradition for this type of production, and we need to make a film to be seen over the world and compete with the big American films. How can I don't think that in the short term Spain can create an animation film industry capable of coming face to face with the United States. To do that we need continuity. The same happened to us with video games, which we launched with Commandos. It was a success worldwide, but after years it still hasn't spawned an industry in this country.

Una inversión fuerte lo hace más fácil, pero no asegura el éxito de una película, igual que el equipo de fútbol de mayor presupuesto: el de Fórmula 1 que más ha invertido no gana siempre. El éxito es una mezcla de presupuesto, medios, de talento y trabajo. Si *Planet 51* es la película más cara de la historia del cine español es porque no había más recursos. Aquí no existe una tradición de este tipo de producciones, y nosotros queríamos hacer una película que se estrenara en todo el mundo y competir con las grandes producciones americanas. Sin embargo, a corto plazo España puede convertirse en una industria de animación capaz de competir cara a cara con Estados Unidos. Para eso hace falta continuidad. Nosotros ya nos ocurrió en el caso de los videojuegos, cuando lanzamos Commandos, un éxito mundial pero después de once años no se ha desarrollado una industria en este país.

» Ignacio Pérez is the producer of *Planet 51*, the animation film from Illion studios. It gets its premier in November.