

Pressmeddelande

21 januari 2010

(NGM: PAY)

Sammanfattning av seminarium – China cross border e-market opportunity

Dagens seminarium som anordnades av Paynova och vårt kinesiska intressebolag Chinova väckte stor uppmärksamhet med närmare 100 deltagare.

Seminariet inleddes med att Bingjun Xia, representant för det kinesiska handelsministeriet vid kinesiska ambassaden i Stockholm, redogjorde för Kinas syn på den framtida e-handeln och de mål som handelsministeriet satt upp för e-handelns tillväxt.

Karl Alberts, vd för Chinova, presenterade därefter Chinova och erbjudandet till utländska e-handlare som vill nå kinesiska konsumenter. I sin presentation nämnde Karl Alberts bland annat att Chinova har som målsättning att år 2011 ha 1 procents marknadsandel vilken ökar till 7 procent 2012. Givet dessa målsättningar om marknadsandelar så visar Chinovas affärsplan ett estimerat rörelseresultat på 400 MRMB för 2011 och 1300 MRMB för 2012.

Chinovas tekniska chef, Pao Wan, förklarade hur Chinova kommer att samarbeta med China UnionPay för att driva trafik till den e-handelsplats som China UnionPay planerar att driftsätta i mars 2010.

Seminariet avslutades med att ett antal kunder redogjorde för hur samarbetet med Paynova utvecklats samt vilka framtidsplaner de har.

- Det stora intresset och deltagarantalet på seminariet vittnar om att den kinesiska marknaden har en mycket stor potential. Vi är glada över att Chinovas verksamhet löper på enligt plan i Kina så att vi på ett tidigt stadium kan dra nytta av den starka förväntade volymtillväxten, säger Björn Wahlgren styrelseordförande i Paynova

Samtliga presentationer finns tillgängliga på Paynovas hemsida www.paynova.com

För mer information kontakta

Björn Wahlgren, Styrelseordförande Paynova AB, Tel: +46 8 517 100 02

Om Paynova

Paynova är en ledande leverantör av internetbaserade betaltjänster. Bolaget erbjuder tre grundtjänster riktade framförallt till större e-handlare: Paynova Sales Partner, Paynova Processing och Paynova Account. Därutöver erbjuds en betaltjänst som gör det möjligt för västerländska e-handlare att sälja sina produkter på den kinesiska marknaden och en version av Paynova Account som är speciellt anpassad för onlinebaserade spelbolag, Paynova InGame. De flesta av kunderna återfinns i de prioriterade marknadsområdena: resor, detaljhandel samt media/nätverksspel. Företaget är noterat på NGM Equity sedan februari 2004. Mer information finns på www.paynova.com