

DELÅRSRAPPORT

januari-september 2022

truecaller

Delårsrapporten avser koncernen i vilken Truecaller AB (publ) (559278-2774) är moderbolag, och som i rapporten benämns Truecaller.

Truecaller delårsrapport

Juli-september 2022 (Q3)

Jämförelsesiffror avser juli-september 2021

- **Nettoomsättningen** ökade med 44 procent jämfört med samma kvartal föregående år och uppgick till 450,1 (312,6) Mkr.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 181,5 (117,7) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 40,3 (37,6) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 191,5 (118,3) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 42,5 (37,9) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 143,3 (2,3) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,38 (0,01) kr före utspädning och 0,38 (0,01) kr efter utspädning.
- **Resultatet för kvartalet påverkas inte** av några jämförelsestörande poster medan tredje kvartalet 2021 påverkades med -77,2 Mkr. De jämförelsestörande posterna var då hänförliga till förberedelser för börsnotering om -15,2 Mkr samt syntetiska optioner om -62,0 Mkr.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 14 procent till cirka 330,9 (291,1*) miljoner.
- **Omsättningstillväxten** i Indien uppgick till 56 procent, i Mellanöstern och Afrika till 9 procent och i resten av världen till 29 procent.

Januari-september 2022

Jämförelsesiffror avser januari-september 2021

- **Nettoomsättningen** ökade med 80 procent jämfört med samma period föregående år och uppgick till 1 328,8 (736,7) Mkr.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 581,3 (276,3) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 43,7 (37,5) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 601,6 (277,0) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 45,3 (37,6) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 449,7 (120,0) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 1,20 (0,55) kr före utspädning och 1,20 (0,34) kr efter utspädning.
- **Resultatet för perioden påverkas inte** av några jämförelsestörande poster medan samma period föregående år påverkades med -106,6 Mkr. De jämförelsestörande posterna var då hänförliga till förberedelser för börsnotering om -30,0 Mkr samt syntetiska optioner om -76,6 Mkr.
- **Omsättningstillväxten** i Indien uppgick till 100 procent, i Mellanöstern och Afrika till 36 procent och i resten av världen till 39 procent.

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)					
Nettoomsättning	450,1	312,6	1 328,8	736,7	1 128,9
Bruttoresultat	336,8	239,0	1 022,2	550,4	856,1
Bruttomarginal (%)	74,8%	76,5%	76,9%	74,7%	75,8%
Justerad EBITDA	181,5	117,7	581,3	276,3	472,5
Justerad EBITDA-marginal (%)	40,3%	37,6%	43,7%	37,5%	41,9%
Rörelseresultat (EBIT)	173,4	36,2	561,8	157,3	328,2
Rörelsemarginal (%)	38,5%	11,6%	42,3%	21,4%	29,1%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	173,4	113,5	561,8	263,9	455,7
Justerad rörelsemarginal (%)	38,5%	36,3%	42,3%	35,8%	40,4%
Resultat efter finansiella poster	186,2	10,9	578,4	128,5	299,7
Eget kapital	1 885,2	289,9	1 885,2	289,9	1 411,4
Balansomslutning	2 354,1	552,6	2 354,1	552,6	1 692,9
Soliditet (%)	80,1%	52,5%	80,1%	52,5%	83,4%
Antal anställda vid periodens slut	374	297	374	297	306

* Historiska jämförelsetal justerades efter mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt i delårsrapporten för januari-mars 2022. MAU och DAU avser nu kvartalsgenomsnittet där alla dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad). För CPM har nu gratisannonser (till exempel för välgörande ändamål) utesluts. ARPU beräknas som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant. Se sid 32 för mer information.

Väsentliga händelser under kvartalet

Utveckling av produkt

Truecaller fortsatte att investera i produktutveckling genom att lansera nya produkter och funktioner samt göra förbättringar för att ytterligare förbättra användarupplevelsen

- **Lansering av kraftigt förbättrad version av app för iPhone.** I slutet av augusti lanserades en ny version av iOS-appen (för iPhone) för användare globalt. Sedan lanseringen av den nya iPhone-appen har Truecaller redan sett tydliga förbättringar av nyckeltal som till exempel retention, dagliga installationer och DAU vilka alla har ökat markant. Den genomsnittliga DAU-ökningen för iPhone-användare har varit mer än 30 procent sedan lanseringen av den nya appen. Appen har byggts om från grunden för att ge en betydligt bättre användarupplevelse. Den nya versionen är betydligt snabbare, tar mindre minnesutrymme på telefonen, möjliggör kontinuerliga uppdateringar och erbjuder framförallt en betydligt bättre nummeridentifiering och identifiering av spam, bluff- och företagssamtal jämfört med de tidigare versionerna av appen för iOS. Den nya appen erbjuder 10 gånger bättre spam- och företagsnummeridentifiering jämfört med den tidigare versionen.
- **Lansering av AI-driven assistent för att filtrera bort bedrägeri och bluffsamtal.** Efter förvärvet av CallHero tidigare under året lanserade Truecaller i slutet av september "Assistant", en AI-driven digital assistent och bedrägeriidentifieringstjänst. Tjänsten lanserades som en del av Truecallers premiumtjänst på både iPhone och Android-telefoner med USA som första marknad. Assistenten använder maskinläring för att svara på samtal, den screenar samtal, filtrerar bort spammare och kan berätta vem som ringer och varför.
- **Nya och utökade funktioner för företagskunder.** Truecaller for Business (TfB) introducerade nya värdebaserade prismodeller (endast Indien) samt mer långsiktiga avtalsmodeller (globalt). Initiativ från TfB:s Early Access-program mognade till helt kommersialiserade produkter, som till exempel Video Caller ID och Call Me Back. Truecaller investerade också i sin operativa kapacitet för att ta hand om nya och befintliga kunder ännu bättre. En avsevärt förbättrad analysupplevelse för företagskunder introducerades och flera tekniska förbättringar som implementerades under tredje kvartalet möjliggjorde en smidigare och snabbare introduktionsprocess för nya kunder.

Övriga väsentliga händelser

- **Truecallers styrelse beslutade den 23 september att inleda ett återköpsprogram av egna B-aktier** i enlighet med det bemyndigande som getts av årsstämman 2022. Återköp av B-aktier får ske av det antal aktier som motsvarar maximalt fem procent av det totala antalet aktier i bolaget per dagen för årsstämman 2022. Programmet, vars främsta syfte är att anpassa Truecallers kapitalstruktur till bolagets kapitalbehov inleddes den 23 september och kommer som längst att pågå till Truecallers årsstämma 2023. Per den 30 september uppgick Truecallers innehav av egna B-aktier till 486 205 B-aktier. Det totala antalet aktier i Truecaller (A, B och C-aktier), inklusive egna aktier, är 379 059 710 och antalet utestående aktier, exklusive egna aktier, var 373 473 505. Se not 7 för mer information.
- **Truecallers styrelse utnyttjande bemyndigandet från årsstämman att emittera och återköpa C-aktier** för att säkerställa bolagets åtaganden enligt aktieprogram 2022 (som en del av incitamentsprogrammet LTIP 2022). C-aktierna kommer att omvandlas till stamaktier av serie B i samband med att stamaktier av serie B ska levereras i enlighet med aktieprogram 2022. Efter emissionen och återköpet av C-aktierna innehar bolaget 5 100 000 egna C-aktier. Se not 7 för mer information.

Händelser efter periodens utgång

- **Med anledning av de anklagelser mot bolaget** som publicerades den 28 september, publicerade Truecaller den 3 oktober 2022 ett pressmeddelande med rubriken "Uppdatering gällande förfrågningar från media och investerare" som finns tillgängligt på corporate.truecaller.com.
- **I enlighet med gällande regelverket för Truecallers återköpsprogram så pausades återköpsprogrammet av B-aktier efter den 11 oktober då Truecaller gick in i tyst period inför publicering av delårsrapporten för det tredje kvartalet.** Per den 11 oktober 2022 uppgick Truecallers innehav av egna B-aktier till 1 429 016 B-aktier. Det totala antalet aktier i Truecaller (A-, B- och C-aktier), inklusive egna aktier, är 379 059 710 och antalet utestående aktier, exklusive egna aktier, är 372 530 694. Aktierna har återköpts till en snittkurs om 36,57 kr. Se not 10 för mer information.
- **Ben Zhang utsågs till Chief Business Officer (CBO).** Som CBO kommer Ben omedelbart att fokusera på och ansvara för den globala användartillväxten. Ben kommer också ha ansvar för långsiktiga intäktutvecklingsinitiativ och delta i arbetet med att undersöka strategiska investeringar och utvecklingsmöjligheter. Ben kommer senast från rollen som ansvarig för det strategiska utvecklings-teamet för Sequoia Capital i Indien och Sydoastien. Ben kommer ingå i Truecallers ledningsgrupp.



TREDJE KVARTALET 2022

Fortsatt tillväxt med god lönsamhet och starkt kassaflöde

Efterfrågan och behovet av våra tjänster fortsätter att öka globalt. Genomsnittligt antal månatliga aktiva användare ökade med 40 miljoner jämfört med föregående år och uppgick under kvartalet till 331 miljoner. Relativt sett växer vi snabbast i Afrika och Sydamerika, men vår största marknad Indien visar fortfarande starkast tillväxt i absoluta tal.

Finansiellt fortsätter vi att utvecklas väl. Nettoomsättningen ökade med 44 procent till 450,1 Mkr med en justerad EBITDA-marginal på 40 procent. Samtliga tre intäcksströmmar, annonser, vårt företagserbjudande och premium-prenumerationer bidrog till omsättningsökningen. Den operativa hävstången i vår modell är hög och i kvartalet uppgick EBITDA till 181,5 Mkr och vårt operativa kassaflöde till 161,9 Mkr. Ackumulerat för året är det operativa kassaflödet 564,3 Mkr och vi har nu 1,9 miljarder kronor tillgängliga för investeringar. Den starka kassan är en stor styrka under osäkra tider som dessa, och det skapar utrymme för spännande potentiella möjligheter som användar- eller bolagsförvärv.

Under kvartalet lanserade vi vår nya app för iOS vilket snabbt ökade våra dagliga aktiva användare på den plattformen till nya rekordnivåer. Historiskt har inte iOS varit i fokus för oss då våra viktigaste marknader domineras av Android-telefoner. Att skapa bättre förutsättningar för långsiktig tillväxt på iPhone-dominerade marknader är en viktig del av vår tillväxtstrategi. Appen för iOS har byggts om från grunden för att vara snabbare, möjliggöra kontinuerliga uppdateringar och framför allt erbjuda betydligt bättre sökfunktionalitet och identifiering av spam, bluff- och företagssamtal.

Vi har i kvartalet integrerat och lanserat vår nya AI-drivna assistenttjänst som en del av premium-erbjudandet för såväl Android- som iOS-telefoner i USA. Tjänsten, som möjliggjorts genom förvärvet av Call Hero, ger våra användare ännu bättre möjligheter att filtrera bort bedrägeri-, bluff och säljsamtal, men ger också alla en möjlighet att få en egen digital assistent som kan besvara alla samtal. Tjänsten använder sig av maskin-inlärning för att svara på och screena samtal, filtrera bort spammare och för att i realtid kunna berätta vem det är som ringer och varför på mottagarens skärm.

Under kvartalet lanserades nya och uppskattade funktioner i vårt företagserbjudande, Truecaller for Business, som t.ex "Video Caller ID" and "Call me back". Detta har mottagits väl av våra företagskunder och redan under kvartalet har många av dem kopplat på minst en av dessa tilläggstjänster. Efterfrågan från företag är fortsatt stark och trenden med att teckna längre avtal fortsätter. Vi har nu aktiva kunder i 34 länder och sju av Indiens tio mest värdefulla varumärken är idag kunder till oss.

I Indien pågår ett arbete med att modernisera en föråldrad lagstiftning runt telekom och dataskydd. Vår förhoppning är att beslut ska kunna fattas under 2023. Vi ser positivt på den här utvecklingen och välkomnar initiativen som syftar till att tillhandahålla ett modernt och heltäckande ramverk med fokus på innovation och användarsäkerhet som manifesterar konsumenters rätt att veta vem som ringer till dem. Med de utkast till förändringar som finns tillgängliga så ser vi ingen materiell negativ påverkan på Truecallers affärsmodell eller intjäningsförmåga. En stor majoritet av de inkommande telefonsamtal som Truecaller identifierar är samtal från andra Truecaller-användare, företag, samtal från säljare, marknadsföringssamtal, samtal från potentiella bedragare eller av trakasserande karaktär. Det viktigaste värdet vi tillför för våra användare är att skapa en säker och trygg kommunikationsupplevelse. Det är inte något som uppnås enbart genom att koppla ett namn till ett telefonnummer utan hela kommunikationsprodukten och dataanalysen kopplat till det. Våra datadrivna modeller är baserade på samtalsmönster från miljarder samtal varje dag, såväl som kontinuerliga förbättringar av vår intelligens baserat på feedback från användare. Vi har byggt på vår förmåga inom detta område i mer än ett decennium, vilket gör att vi kan bygga korrekta och förutsägande modeller. Våra egenutvecklade algoritmer hjälper användare att spara både tid och pengar genom att till exempel identifiera om det är samtal eller meddelande som man bör svara på, eller inte. Ytterligare en fördel med vår tjänst är att användaren aldrig behöver spara kontakter i telefonboken då hela samtalsloggen, meddelandeflödet samt den virtuella kontaktboken i appen fylls på av Truecaller och alltid finns tillgänglig för den enskilde användaren.

Det osäkra makroekonomiska klimatet med stigande inflation och räntor samt potentiell recession i delar av världen fortsatte under kvartalet. Påverkan på indisk ekonomi har dock varit mindre än i många västländer. IMF publicerade under kvartalet sina BNP-prognoser för 2023 som visar på en förväntad BNP-tillväxt i Indien på 6-7 procent medan motsvarande förväntningar är 0,5 procent för EU och 1 procent för USA. Vi inbillar oss dock inte att de marknader vi verkar i skulle vara opåverkade av globala konjunktursvängningar, och under kvartalet kunde vi notera en något ökad osäkerhet hos annonsörer vilket sannolikt resulterade i att en del planerade investeringar senarelagts. Vi har ännu inte sett någon väsentlig påverkan på efterfrågan på våra tjänster, och vi fortsätter att stärka vår position som en ledande digital annonsplattform. Det finns dock

regionala skillnader och i regioner som Mellanöstern och Afrika har en försiktighet kunnat noteras under tredje kvartalet på grund av det makroekonomiska läget, vilket inverkar negativt på försäljningstillväxten, även om antalet användare fortsätter öka i en tillfredsställande takt. Vi kan givetvis inte utesluta att även marknader som Indien kan komma att se en större försiktighet för digital marknadsföring framöver, i takt med att den globala konjunkturen försvagas men kan än så länge konstatera att vi totalt fortsätter att växa i linje med vår plan för helåret 2022.

” Vår fortsatta tillväxt i kombination med vår starka finansiella profil gör att vi kan fortsätta investera i framtida tillväxt samtidigt som vi kan använda en del av kassaflödet till att optimera vår kapitalstruktur genom återköpsprogrammet som inleddes i slutet av september. Detta samtidigt som vi upprätthåller en rörelsemarginal i enlighet med våra finansiella mål. ”

Intäkterna ökade med totalt 44 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år och uppgick till 450,1 Mkr (312,6). Samtliga tre intäktsben bidrog till ökningen. Annonsintäkterna ökade med 40 procent till 373,1 Mkr (265,7). Grunden för att öka annonsintäkterna är fler användare och ett ökat användande av vår app. Utöver det drivs intäktsökningen fortsatt av ett antal olika faktorer som ökad annonsvolym, högre priser, ökad direktförsäljning, fler efterfrågepartners och en förbättrad förmåga att visa annonser tillräckligt fort ("render rate"). Under kvartalet gjorde vi flertalet förbättringar till vår annonsprodukt vilket hjälpte oss att öka intäkterna. Vi har fortfarande många möjligheter att öka engagemanget i vår app och fortsätta förbättra vår annonsplattform för att kunna visa annonser till våra användare ännu mer effektivt. Vi kommer fortsätta att göra förbättringar som hjälper oss att öka intäkterna per användare även när den externa makromiljön är mer utmanande. Jämfört med motsvarande kvartal föregående år så påverkades intäkterna positivt av valutarörelser men påverkades negativt av att delar av den indiska cricketsäsongen hölls under det tredje kvartalet föregående år vilket inte var fallet i år.

Intäkterna från premium-prenumerationer växer stadigt med en ökning på 29 procent till 45,1 Mkr (35,0) och tillväxten sker i många marknader och såväl för iOS som Android-användare. Vårt företagserbjudande fortsätter att utvecklas snabbt med en intäktstillväxt på 186 procent till 28,6 Mkr (10,0). Några av de större kunder som anslöts under kvartalet i Indien var Indigo Airlines, LG Electronics, Aviva Life Insurance och HDFC. Utanför Indien anslöt kända varumärken som till exempel Coca-Cola, African Bank och Unicef.

Vår fortsatta tillväxt i kombination med vår starka finansiella profil gör att vi kan fortsätta investera i framtida tillväxt samtidigt som vi kan använda en del av kassaflödet till att optimera vår kapitalstruktur genom återköpsprogrammet som inleddes i slutet av september. Detta samtidigt som vi upprätthåller en rörelsemarginal i enlighet med våra finansiella mål. Jag ser fortsatt framtiden an med stor tillförsikt även i dessa mer osäkra tider.

Alan Mamedi
Vd och koncernchef

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

Koncernen, Mkr (om inte annat anges)	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Nettoomsättning	450,1	312,6	1 328,8	736,7	1 128,9
Bruttoresultat	336,8	239,0	1 022,2	550,4	856,1
Bruttomarginal (%)	74,8%	76,5%	76,9%	74,7%	75,8%
Justerad EBITDA	181,5	117,7	581,3	276,3	472,5
Justerad EBITDA-marginal (%)	40,3%	37,6%	43,7%	37,5%	41,9%
Rörelseresultat (EBIT)	173,4	36,2	561,8	157,3	328,2
Rörelsemarginal (%)	38,5%	11,6%	42,3%	21,4%	29,1%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	173,4	113,5	561,8	263,9	455,7
Justerad rörelsemarginal (%)	38,5%	36,3%	42,3%	35,8%	40,4%
Resultat efter finansiella poster	186,2	10,9	578,4	128,5	299,7
Eget kapital	1 885,2	289,9	1 885,2	289,9	1 411,4
Balansomslutning	2 354,1	552,6	2 354,1	552,6	1 692,9
Soliditet (%)	80,1%	52,5%	80,1%	52,5%	83,4%
Antal anställda vid periodens slut	374	297	374	297	306

OPERATIVA NYCKELTAL

Juli-september 2022	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	330,9	241,6	65,5	23,7
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)*	261,1	198,0	47,5	15,5
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,29	1,17	1,68	3,91
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,73	5,02	11,00	12,92

Juli-september 2021**	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	291,1	214,9	56,5	19,7
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	227,2	174,1	40,6	12,5
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,18	1,02	1,65	3,35
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,29	5,16	9,80	11,74

* Under kvartalet upptäckte Truecaller en avvikelse i rapporteringen från Google avseende antalet användare av företagets app. En närmare analys visade att en uppdatering av Googles operativsystem Android lett till en underrapportering av Truecallers användares aktivitet, vilket påverkat bolagets DAU-siffror med början i april och ökade i takt med att fler uppdaterade sin Android-version. I slutet av kvartalet hade Truecaller tagit fram en lösning på detta problem. Denna lösning rullas f n ut till alla bolagets användare, och förväntas få fullt genomslag under fjärde kvartalet. Den rapporterade DAU-siffran för tredje kvartalet bedöms vara cirka 2 miljoner för låg på grund av detta. Under fjärde kvartalet har dock bolaget börjat se en återhämtning i den rapporterade användartillväxten.

** Historiska jämförelsetal justerades efter mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt i delårsrapporten för januari-mars 2022. MAU och DAU avser nu kvartalsgenomsnittet där alla dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad). För CPM har nu gratisannonser (till exempel för välgörande ändamål) uteslutits. ARPU beräknas som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant. Se sidan 32 för mer information.

Januari-september 2022

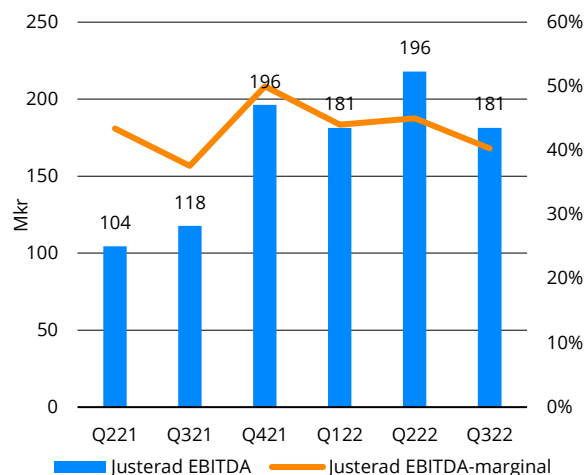
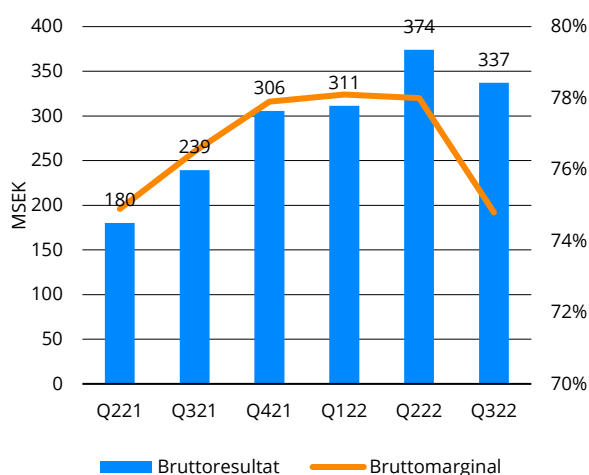
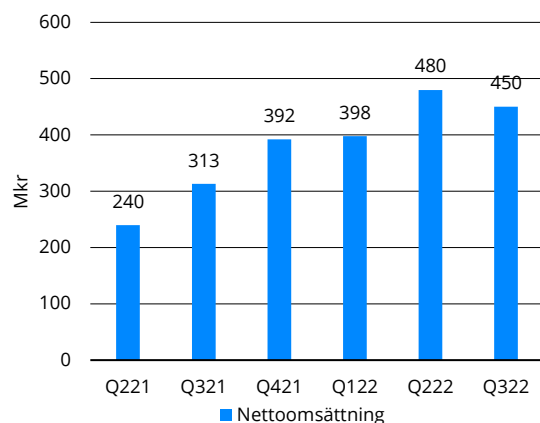
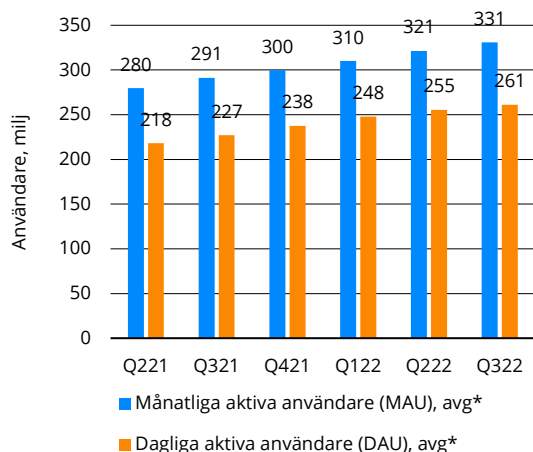
Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)

	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	320,9	235,0	62,9	23,0
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	254,8	194,0	45,9	14,9
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,34	1,24	1,63	3,51
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)	8,50	4,89	10,57	12,43

Januari-september 2021*

Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner)
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)

	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	280,8	207,5	54,5	18,8
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	218,8	167,9	39,0	11,9
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,05	0,92	1,40	3,03
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)	7,73	4,49	9,88	12,16



* Historiska jämförelsetal justerades efter mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt i delårsrapporten för januari-mars 2022. MAU och DAU avser nu kvartalsgenomsnittet där alla dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad). För CPM har nu gratisannonser (till exempel för vägfarande ändamål) uteslutits. ARPU beräknas som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant. Se sidan 32 för mer information.

Finansiell utveckling

Tredje kvartalet (juli – september 2022)

Intäkter

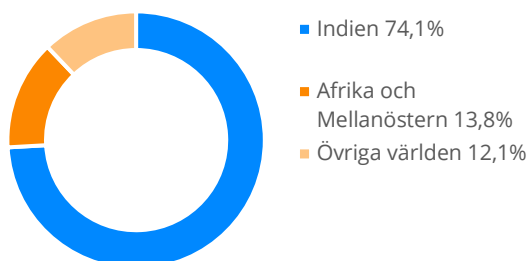
Nettoomsättningen under det tredje kvartalet ökade med 44 procent och uppgick till 450,1 (312,6) Mkr. Intäktsökningen beror främst på en fortsatt tillväxt i annonsintäkter, vilket i sin tur är en effekt av en kontinuerlig tillväxt av antalet användare i många olika geografier, i kombination med en fortsatt ökning av annonsintäkterna per användare. Valutaeffekter bidrog också till intäktsökningen under kvartalet, se Valutaexponering nedan.

Den fortsatta tillväxten i antalet aktiva månatliga användare (MAU) förklaras dels av en generell ökning av användandet av smartphones i många länder, dels av att priserna för kommunikationstjänster i tillväxtländer blir alltmer överkomliga. Det ökande användandet av smartphones driver ett behov av att kunna kommunicera säkert och effektivt, vilket gynnar Truecaller. I de marknader där en tillräckligt stor del av användarna av smartphones också är användare av Truecaller, får bolaget en mycket god träffsäkerhet vid identifikationen av vilka som kontaktar användarna av bolagets app. Detta leder också normalt till en stark organisk tillväxt av användarbasen, en nätverkseffekt. I marknader där bolaget ännu inte har en tillräckligt omfattande databas för att kunna erbjuda denna träffsäkerhet, investeras det i gengäld aktivt i användarförvärv på plattformar som Google och Facebook. Dessa användarförvärv bidrar till att Truecallers användare får en kontinuerligt förbättrad upplevelse av bolagets tjänster, och då upplevelsen är bra nog tar den organiska tillväxten fart, vilket syns tydligt i väletablerade marknader som till exempel Indien.

Truecaller har tecknat avtal med ett antal tillverkare av smartphones om att förinstallera bolagets app på ett stort antal nya telefoner i flera olika marknader. Dessa avtal förväntas över tid ha tydliga positiva effekter på tillväxten i antalet användare samt datakvaliteten, men avtalen sträcker sig över flera år, och än så länge har endast ett mindre antal telefoner med Truecaller förinstallerad nått slutanvändare.

Intäkternas fördelning per region

Nettoomsättningen i Indien ökade med 56 procent till 333,6 (213,5) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 9 procent till 62,1 (56,8) Mkr och i övriga världen med 29 procent till 54,4 (42,3) Mkr.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonstäckerna ökade med 40 procent till 373,1 (265,7) Mkr. Vi optimerar kontinuerligt balansen mellan priser (CPM) och utnyttjandet (fyllnadsgrad) av vårt annonsutrymme. Under kvartalet ökade antalet annonsvisningar positivt samtidigt som CPM ökade med cirka 9 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Intäkterna påverkades positivt av valutaeffekter men negativt av det faktum att en del av den indiska cricketssäsongen (IPL) hölls under tredje kvartalet 2021 vilket inte var fallet i år.

CPM varierar mellan kvartalen, som en effekt av säsongsmässig förändringar i efterfrågan i olika geografier, mixen mellan olika typer av annonser och mixen mellan direktförsäljning och försäljning via partners som bland annat Google och Facebook.

På utbudssidan ökar den kontinuerliga användartillväxten vårt tillgängliga annonsutrymme. Vi arbetar också med fortsatt optimering av utnyttjandet av annonsutrymmet, i syfte att öka både fyllnadsgrad och priser. På efterfrågesidan fortsätter vi att öka vår annonsörsbas, samt att göra det enklare för annonsörer att använda våra tjänster utan mellanhänder, vilket har en positiv effekt på vår lönsamhet samtidigt som det hjälper oss att öka fyllnadsgraden.

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 29 procent till 45,1 (35,0) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Tillväxten av antalet prenumerationer och prenumerationstäckta sker i flertalet regioner och för såväl Android- som iOS-användare.

Intäkterna från Truecaller for Business uppgick till 28,6 (10,0) Mkr. Efterfrågan på dessa tjänster är fortsatt mycket stor i flera av våra etablerade marknader, då många företag har behov av att upprätthålla en säker kommunikationskanal till sina kunder. Antalet anslutna kunder fortsätter att visa stark tillväxt såväl i Indien som i andra marknader och totalt har Truecaller for Business nu aktiva kunder i 34 länder. Tjänsterna säljs genom direktförsäljning, genom partners och genom en självbetjäningssportal.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 41 procent till 336,8 (239,0) Mkr, vilket ger en minskning av bruttomarginalen med 1,7 procentenheter till 74,8 (76,5) procent jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen bestäms dels av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, dels av kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster. Under kvartalet förbättrades transparensen från partners som tidigare inte har specificerat förmedlingskostnader för annonser vilket hade en viss negativ påverkan på bruttomarginalen. Avgifterna till partners är proportionella mot antalet visade annonser respektive antalet premiumanvändare. Truecaller säljer också annonser direkt till slutkunder. Olika annonspartners har olika avgiftsnivåer, och bruttomarginalen påverkas därför av hur annonstrafiken fördelas mellan direktförsäljning och olika partners under olika perioder.

Verifikationskostnaderna är proportionella mot tillväxten i kundbasen, men påverkas också av hur lokala teleoperatörer prissätter sina meddelandetjänster. Kostnaden för serverhosting är på kort- och medellång sikt relativt oberoende av trafikvolymerna, men stiger då dessa når nya volymband. Kostnaderna för verifikation av nya användare och servrar ökade under kvartalet vilket hade en negativ påverkan på bruttomarginalen.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 181,5 (117,7) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 40,3 (37,6) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till 173,4 (36,2) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 38,5 (11,6) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 173,4 (113,5) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 38,5 (36,3) procent.

Förbättringen av rörelseresultatet förklaras främst av en fortsatt hög tillväxttakt för intäkterna, i kombination med en lägre tillväxttakt i rörelsekostnaderna. Bolaget har en affärsmodell som medger väsentliga intäktsökningar utan motsvarande ökning i kostnader för exempelvis personal och lokaler.

Personalkostnaderna under kvartalet minskade till 79,6 (110,4) Mkr. Exklusive kostnader om 62,0 Mkr i tredje kvartalet 2021 för personaloptioner relaterat till förvärvet avseende Backwater Technologies Private Limited ökade kostnaderna. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ökat antal medarbetare och lönejusteringar. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram (LTIP2021 och LTIP2022) medförde en lönekostnad för perioden om 9,5 (0,7) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 0,4 (-) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Lönekostnaderna värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet. De sociala avgifterna påverkas av aktiekursen i slutet av varje redovisningsperiod och kan därför komma att uppgå till väsentligt högre belopp framöver och skapa en volatilitet i resultaträkningen. I syfte att tydliggöra personalkostnadernas fördelning mellan personalkostnader hänförliga till löner, och personalkostnader relaterade till prestations- eller aktiekursrelaterade incitamentprogram, så kommer bolaget att fortsätta att särredovisa de senare. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 2,2 (0,2) procentenheter och varit 42,5 (37,9) procent. Se mer info i not 6.

I kostnaderna har det historiskt ingått kostnader för syntetiska personaloptioner som uppkom i samband med förvärvet av Backwater Technologies Private Limited 2019. De syntetiska optionerna har inte belastat kvartalet och några ytterligare kostnader kommer inte att uppstå framgent. I jämförelseperioden belastades personalkostnaderna med 62,0 Mkr och finansnettot med 21,9 Mkr relaterat till detta.

Övriga externa kostnader minskade till 76,6 (88,4) Mkr jämfört med samma period föregående år. Minskningen beror på att jämförelseperioden påverkades av jämförelsestörande kostnader om 15,2 Mkr relaterat till förberedelserna för börsnoteringen. Exklusive kostnaderna relaterade till börsnoteringen ökade de övriga externa kostnaderna med 4 procent. Detta är främst en effekt av ökande investeringar i användarförvärv, marknadsföring samt kostnader relaterade till att vara ett börsnoterat bolag.

Investeringarna i användarförvärv och marknadsföring ökar gradvis, i takt med att bolaget testar och utvärderar olika investeringsstrategier. Avkastningen på gjorda investeringar mäts kontinuerligt, och Truecaller fortsätter bygga kompetens och organisation för att kunna öka investeringstakten som avsett, på ett sätt som kostnadseffektivt stödjer den långsiktiga organiska tillväxten i olika geografier. Under kvartalet har fokus legat på ytterligare kompetensförstärkning inom dessa områden, och investeringarna har i gengäld ökat i något lägre takt än tidigare planerat.

Jämförelsestörande poster

Kvartalet innehöll inga jämförelsestörande poster medan samma kvartal föregående år innehöll jämförelsestörande kostnader om 77,2 Mkr. Posterna är hänförliga till förberedelser för börsnotering om 15,2 Mkr samt syntetiska optioner om 62,0 Mkr och ingår i Övriga externa kostnader samt Personalkostnader i resultaträkningen.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 186,2 (10,9) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 143,3 (2,3) Mkr. Finansnettot uppgick till 12,8 (-25,3) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser om 16,2 (1,7) Mkr, räntekostnader om -2,1 (-5,0) Mkr, omvärdering av syntetiska optioner om - (-21,9) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -1,3 (-0,1) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 42,8 Mkr (8,6) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 23 (78,6) procent. Skattesatsen i Indien är högre än i Sverige varför den effektiva skattesatsen är högre än den svenska bolagsskattenivån om 20,6 procent.

Allokeringen av intäkter mellan Sverige och Indien styrs av koncerninterna avtal som utgår från vilket värde för Truecallers användare och kunder som skapas i respektive land. Fördelningen av skattepliktiga vinster mellan Sverige och Indien påverkas också av koncernens transfer pricing-modell, som innebär att Truecaller Indien betalar en royalty till Truecaller Sverige för bland annat nyttjandet av varumärket Truecaller.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,38 (0,01) SEK och efter utspädning till 0,38 (0,01) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 161,9 (74,9) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -3,1 (-1,1) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -21,4 (-157,8) Mkr där inbetalning för deltagande i optionsprogram står för 2,2 (18,0) Mkr, återbetalning av teckningsoptioner för -0,1 (-) Mkr, amortering av leasingsskuld för -3,7 (-3,8) Mkr samt köp av egna aktier för -19,8 (-) Mkr. I jämförelseperioden gjordes även en utbetalning av syntetiska optioner på -172,0 Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till 137,4 (-84,0) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel uppgående till 1 718,9 (259,6) Mkr. Soliditeten var 80,1 (52,5) procent.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 september 2022 till 2 354,1 (552,6) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 48,7 (19,1) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 124,2 (93,6) Mkr. Ökningen av kundfordringar är främst hänförlig till ökningen av direktförsäljning inom annonsaffären samt

tillväxten inom Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för bolagets kunder är normalt 30-60 dagar. En strukturerad kreditprövningsprocess i kombination med att icke-betalande kunder snabbt stängs av från bolagets tjänster, samt ett proaktivt säkerställande av att kunder betalar sina fakturor med minimal fördröjning, har resulterat i mycket begränsade kundförluster. Redovisade men ej realiserade kundförluster uppgick den 30 september 2022 till 1,6 (-) Mkr. Ökningen av fordringar på annonsnätverk och plattformsägare är främst kopplade till fordringar gentemot Google och Facebook. För mer information se Truecallers årsredovisning för 2021.

Investeringar

Under 2021 började koncernen att aktivera utvecklingskostnader då vissa projekt som startats bedöms uppfylla kriterierna enligt IAS 38. Utvecklingskostnaderna för dessa projekt har därför aktiverats. Under tredje kvartalet 2022 aktiverades 1,4 (0,4) Mkr som egenupparbetade immateriella tillgångar.

Valutaexponering

Truecaller har huvuddelen av sina intäkter i svenska kronor (SEK), via partners som Google och Apple. Den direkta valutaexponeringen är därmed liten. Dessa partners fakturerar i sin tur

användare av Truecallers tjänster delvis i lokal valuta, vilket innebär en indirekt valutaexponering. Truecaller har dock inte full information om hur valutaexponeringen ser ut, eller hur valutaeffekter hanteras av partners, och kan därmed för närvarande inte med precision kvantifiera denna indirekta valutaexponering. En försvagning av SEK gentemot bland annat USD och INR har dock positiva effekter på bolagets omsättning och resultat även om det även ökar bolagets kostnader. Den största exponeringen ur ett valutaperspektiv är gentemot den indiska valutan, INR, samt mot USD. Bolaget uppskattar att valutakursförändringar bidrog med mer än 10 procentenheter till omsättningstillväxten under tredje kvartalet 2022 jämfört med motsvarande kvartal 2021, samt till en förstärkning av rörelsemarginalen med mer än en procentenhet under tredje kvartalet 2022.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 2,0 (-) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till -7,1 (-1,6) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till -5,6 (-1,6) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 september 2022 till 714,8 (22,2) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget

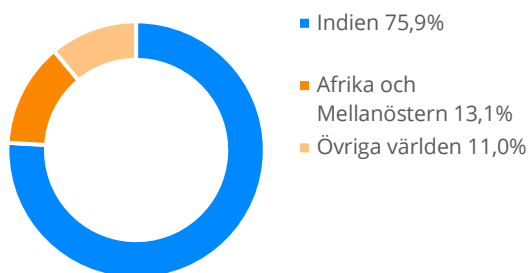
Januari – september 2022

Intäkter

Nettoomsättningen för perioden januari till september uppgick till 1 328,8 (736,7) Mkr, en ökning med 80 procent jämfört med samma period föregående år. Ökningen av intäkter för rapportperioden beror på samma faktorer som beskrivs ovan avseende kvartalet.

Intäkternas fördelning per region

Under perioden ökade nettoomsättningen i Indien med 100 procent till 1 009,0 (503,4) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 36 procent till 174,3 (128,5) Mkr och i övriga världen med 39 procent till 145,5 (104,8) Mkr.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonsintäkterna ökade med 85 procent till 1 126,3 (610,0) Mkr. Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 21 procent till 125,4 (103,4) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Intäkterna från Truecaller for Business uppgick till 70,5 (17,5) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 86 procent till 1 022,2 (550,4) Mkr, vilket ger en ökning av bruttomarginalen med 2,2 procentenheter till 76,9 (74,7) procent. Bruttomarginalen bestäms dels av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, dels av kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster. Avgifterna till partners är proportionella mot antalet visade annonser respektive antalet premiumanvändare. Truecaller säljer också annonser direkt till slutkunder. Olika annonspartners har olika avgiftsnivåer, och bruttomarginalen påverkas därför av hur annonstrafiken fördelas mellan direktförsäljning och olika partners under olika perioder. Under perioden utgjorde försäljningen via partners med lägre avgifter en större andel av den totala försäljningen än under motsvarande period föregående år. Google sänkte också avgifterna för köp via sin appbutik i början av 2022, vilket haft en viss påverkan på bruttomarginalen för premium-prenumerationer. Ökade kostnader för verifikation av nya användare och servrar hade en negativ påverkan på bruttomarginalen.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 581,3 (276,3) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 43,7 (37,5) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till 561,8 (157,3) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 42,3 (21,4) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 561,8 (263,9) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 42,3 (35,8) procent.

Personalkostnaderna uppgick till 216,9 (213,9) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ett ökande antal medarbetare, i kombination med årliga lönejusteringar. Koncernens långsiktiga

incitamentsprogram (LTIP2021 och LTIP2022) medförde en lönekostnad för perioden om 18,8 (0,7) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 1,5 (-) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 1,5 (0,1) procentenheter och varit 45,3 (37,6) procent. Se mer info i not 6.

I kostnaderna har det historiskt ingått kostnader för syntetiska personaloptioner som uppkom i samband med förvärvet av Backwater Technologies Private Limited 2019. De syntetiska optionerna har inte belastat perioden januari till september 2022 och några ytterligare kostnader kommer inte att uppstå framgent. I jämförelseperioden belastades personalkostnaderna med 76,6 Mkr och finansnettot med 26,3 Mkr relaterat till detta.

Övriga externa kostnader uppgick till 229,2 (167,7) Mkr. Detta är främst en effekt av ökande investeringar i data- och användarförvärv, marknadsföring samt kostnader relaterade till att vara ett börsnoterat bolag. I jämförelseperioden ingår 30,0 Mkr i jämförelsestörande kostnader relaterat till förberedelserna för börsnoteringen.

Investeringarna i användarförvärv och marknadsföring ökar gradvis, i takt med att bolaget testat och utvärderat olika investeringsstrategier. Avkastningen på gjorda investeringar mäts kontinuerligt, och Truecaller fortsätter bygga kompetens och organisation för att kunna öka investeringstakten som avsett, på ett sätt som kostnadseffektivt stödjer den långsiktiga organiska tillväxten i olika geografier. Under perioden har fokus legat på ytterligare kompetensförstärkning inom dessa områden, och investeringarna har i gengäld ökat i något lägre takt än tidigare planerat.

Jämförelsestörande poster

Perioden innehöll inga jämförelsestörande poster medan samma period föregående år innehöll jämförelsestörande kostnader om 106,6 Mkr. Posterna är hänförliga till förberedelser för börsnotering om 30,0 Mkr samt syntetiska optioner om 76,6 Mkr och ingår i Övriga externa kostnader samt Personalkostnader i resultaträkningen.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 578,4 (128,5) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 449,7 (120,0) Mkr. Finansnettot uppgår till 16,6 (-28,8) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser om 28,5 (4,0) Mkr, räntekostnader om -7,9 (-6,4) Mkr, omvärdering av syntetiska optioner om - (-26,3) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -3,9 (-0,1) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 128,7 (8,5) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 22,2 procent (6,6). Skattesatsen i Indien är högre än i Sverige varför den effektiva skattesatsen är högre än den svenska bolagsskattenivån om 20,6 procent. Under 2021 var skattesatsen lägre på grund av underskottsavdrag hänförliga till tidigare år.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 1,20 (0,55) SEK och efter utspädning till 1,20 (0,34) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 564,3 (221,8) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -34,7 (-1,1) Mkr och påverkas primärt av förvärvet av Call-Hero samt investeringar i egenupparbetade immateriella

tillgångar. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -54,1 (-157,5) Mkr där inbetalning för deltagande i optionsprogram står för 3,0 (18,0) Mkr, återbetalning av teckningsoptioner står för -0,8 (-) Mkr, utbetalning av syntetiska optioner för -23,1 (-172,0) Mkr, amortering av leasingskuld för -13,4 (-11,3) Mkr samt köp av egna aktier för -19,8 (-) Mkr. I jämförelseperioden skedde även en nyemission som bidrog med 7,8 Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till 475,4 (63,2) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel uppgående till 1 718,9 (259,6) Mkr. Soliditeten var 80,1 (52,5) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500 (500) Mkr. Per balansdagen hade 0 (0) Mkr utnyttjats.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 september 2022 till 2 354,1 (552,6) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Personal

Antalet anställda vid periodens slut var 374 (297). Genomsnittligt antal anställda under perioden januari till september var 343 (265). Då Truecaller befinner sig i en stark tillväxtfas ser bolaget ett behov av att fortsätta tillföra kompetens i organisationen.

Investeringar

Under 2021 började koncernen att aktivera utvecklingskostnader då vissa projekt som startats bedöms uppfylla kriterierna enligt IAS 38. Utvecklingskostnaderna för dessa projekt har därför aktiverats. Under perioden januari till september har 7,2 (1,1) Mkr aktiverats som egenupparbetade immateriella tillgångar.

Valutaexponering

Truecaller har huvuddelen av sina intäkter i svenska kronor (SEK), via partners som Google och Apple. Den direkta valutaexponeringen är därmed liten. Dessa partners fakturerar i sin tur användare av Truecallers tjänster delvis i lokal valuta, vilket innebär en indirekt valutaexponering. Truecaller har dock inte full information om hur valutaexponeringen ser ut, eller hur valutaeffekter hanteras av partners, och kan därmed för närvarande inte med precision kvantifiera denna indirekta valutaexponering. En försvagning av SEK gentemot bland annat USD och INR har dock positiva effekter på bolagets omsättning och resultat även om det även ökar bolagets kostnader. Den största exponeringen ur ett valutaperspektiv är gentemot den indiska valutatan, INR, samt mot USD. Bolaget uppskattar att valutakursförändringar bidrog med mer än 10 procentenheter till omsättningstillväxten under perioden jämfört med motsvarande period, samt till en förstärkning av rörelsemarginalen med mer än en procentenhet under perioden.

Moderbolaget

Truecaller AB blev under tredje kvartalet 2021 koncernens moderföretag. Innan dess var bolaget ett passivt lagerbolag utan verksamhet. På grund av Truecaller ABs ändrade verksamhet är jämförelsesiffrorna ännu inte relevanta.

Moderbolagets intäkter för perioden uppgick till 4,8 (-) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till -19,6 (-1,6) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till -15,6 (-1,6) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 september 2022 till 714,8 (22,2) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget.

Produktuppdatering

Kraftigt förbättrad Truecaller-upplevelse på iPhone

Under tredje kvartalet lanserade Truecaller en helt ny version av iPhone-appen för användare globalt. iOS-appen har skrivits om helt från grunden och erbjuder en fundamentalt bättre användarupplevelse. Den förnyade versionen ger en snabbare och smidigare sökupplevelse samt betydligt bättre nummerpresentationsfunktion jämfört med tidigare versioner av appen, med upp till 10 gånger förbättrad spam- och företagsnummeridentifiering.

Förändringarna i iPhone-upplevelsen möjliggörs av en helt ny arkitektur som utnyttjar Truecallers moderna spamdetekteringsalgoritmer och drar full nytta av Apples teknologi för att leverera den optimala nummerpresentationslösningen. Appen integreras sömlöst med Apples standardtelefonapp för att visa resultat från Truecaller direkt på användarens skärm för inkommande samtal eller samtalslogg. Truecaller har utvecklat den mest exakta och heltäckande nummeridentifieringen och spam-samtalsdetekteringen för respektive geografi. Det har möjliggjorts genom automatiska uppdateringar av identifieringsintelligens som sker i bakgrunden på telefonen. Den nya appen innehåller också en designuppdatering och ett nytt användarupplevelseflöde som resulterar i mycket kortare tider för onboarding och snabbare daglig navigering i appen.



Sedan lanseringen av den nya iPhone-appen i slutet av augusti 2022 har Truecaller redan börjat se betydande förbättringar av nyckeltal jämfört med den tidigare versionen. Nyckeltal som retention, dagliga installationer och DAU har ökat markant, och den genomsnittliga DAU-ökningen på iPhone har varit över 30 procent sedan lanseringen av den nya appen. Ett sådant ökat engagemang, tillsammans med optimeringar av annonser och introduktionen av en ny premiumupplevelse på iPhone, förbättrar avsevärt Truecallers förmåga till intjäning även på iOS.

Lansering av AI-baserad Assistent-tjänst

Den första versionen av vår integration av Truecaller Assistant – ett nytt erbjudande som möjliggörs av förvärvet av CallHero tidigare i år – lanserades och gjordes tillgänglig för våra premiumprenumeranter på Android och iPhone i USA under kvartalet. Truecaller Assistant är en förbättrad samtalsscreeningslösning för Android och iPhone som automatiskt svarar på samtal, filtrerar spamsamtal och visar användaren vem som ringer och vad personen som ringer vill i realtid. Introduktionen av en digital assistent som möjliggörs av molntelefoni tar samtalsscreening till nästa nivå och förbättrar Truecallers premiumerbjudande.

Truecaller Assistant är en anpassningsbar, interaktiv digital assistent som drivs av maskininlärnin och teknik för att processa tal till text. Assistenten svarar på inkommande samtal och transkriberar samtalsförfrågningar med mer än 90 procents träffsäkerhet i realtid, vilket ger användare möjlighet att bestämma om de vill ta över samtalet, markera det som spam eller be den som ringer om mer information med en knapptryckning. Användare har möjlighet att anpassa sin assistentupplevelse genom att välja bland ett brett utbud av anpassade assistenter. Truecaller Assistant erbjuder också en bättre upplevelse av att upptäcka spamsamtal baserat på realtidstranskriptionen. Med hjälp av artificiell intelligens kan assistenten med över 90 procents noggrannhet avgöra om samtalet är spamsamtal eller inte, vilket gör det enklare än någonsin för användare att bestämma om de ska svara på samtalet eller blockera ett nummer. Eftersom assistenten drivs av molntelefoniteknik kan användare som drar fördel av Truecaller Assistant åtnjuta alla dess fördelar utan att kompromissa med enhetslagring, processorkraft eller batterianvändning.

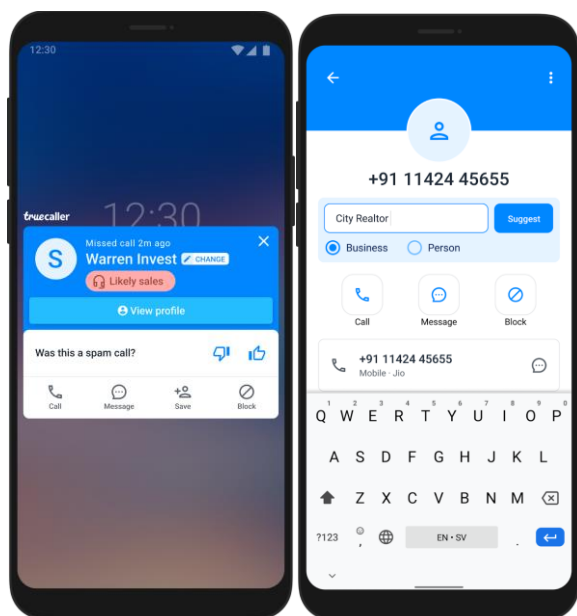


Truecaller började lanseringen av tjänsten i USA på grund av den höga volymen av oönskade samtal på den amerikanska marknaden, samtidigt som amerikanska konsumenter är förtrogna med samtalsscreening och relaterade tjänster. Värdet av Assistenterbjudandet testas också på andra strategiska

marknader parallellt inför ytterligare expansion. Preliminära data sedan lanseringen i slutet av september tyder på en stark potential för erbjudandet, med lovande indikatorer när det gäller både retention och användning, vilket kommer att vara viktigt eftersom detta är en premiumprenumerationstjänst. Truecaller fortsätter att fokusera på att förbättra Assistant-upplevelsen inom Truecallers ekosystem, särskilt på iOS innan investeringar görs i användarförvärv och marknadsföringsaktiviteter. Genom lanseringen av tjänsten som är den första produkten från Truecallers molntelefoniplattform, utökas Truecallers framtida förmågor att innovera med den typen av teknik framöver.

Initiativ för att förbättra användarupplevelsen av kärnerbjudandet

Truecaller fortsätter att utveckla sitt kärnerbjudande för att ge användarna en smartare, säkrare och effektivare upplevelse för deras kommunikationsbehov. Investeringar i "AI-identity" – Truecallers artificiella intelligens och maskininlärningsdrivna funktioner för samtalsidentifiering och spamdetektering – resulterade i betydande förbättringar av datakvaliteten på strategiska tillväxtmarknader, inklusive USA där vi nu visar namnresultat på 91% (45% förra året) av sökningarna, Indien, Indonesien, Nigeria och Brasilien. Förbättringar av Truecallers spamalgoritm har också bidragit till bättre datakvalitet på dessa viktiga marknader. Tack vare våra investeringar i vår "AI-identity"-plattform, kommer nu majoriteten av sökresultaten globalt från "AI-identity"-plattformen i kombination med användarprofiler vilket illustrerar den starka effekt både maskininläring och initiativ för communityengagemang har för att förbättra Truecallers datakvalitet. För att skapa ännu mer värde till våra användare fortsätter Truecaller arbetet med att förbättra den globala datakvaliteten ytterligare med hjälp av kontextuell information.



Införandet av engagemangspoäng för communityfeedback under tidigare kvartal har börjat visa starka resultat. Detta initiativ driver inte bara användarengagemang, utan fungerar också som en källa till ytterligare input för att förbättra Truecallers datakvalitet när det gäller att exakt identifiera ett okänt nummer som spam, en potentiell bluff eller ett specifikt företag. Sådan feedback håller snabbt på att utvecklas till en värdefull tillgång för Truecaller, med tiotals miljoner namnförslag från användare enbart under tredje kvartalet och miljontals användarinput

bearbetade i form av kommentarer, upp/ned-röster och andra enkätsvar sedan introduktionen tidigare i år.

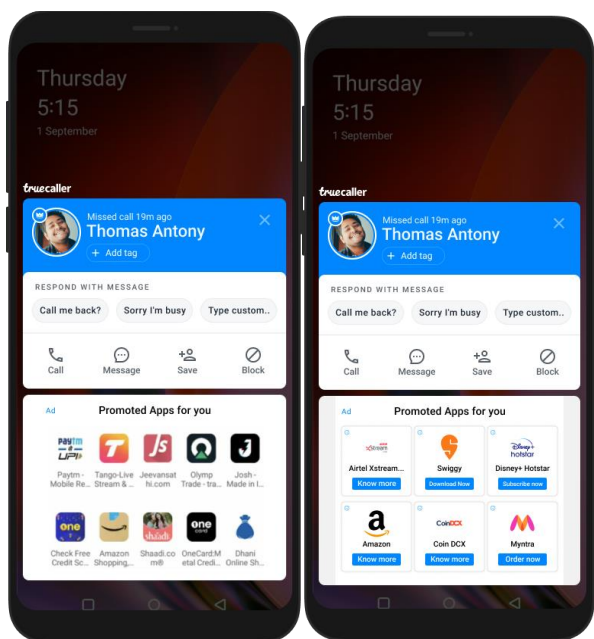
Truecaller berikade också användarprofiler för att på ett mer framträdande sätt visa fördelarna med appen för varje användare. Med utgångspunkt i populariteten för "Year in Calling", en funktion som tidigare var tillgänglig först i slutet av året, kan användare nu se sin personliga statistik i appen och se värdet som Truecaller tillför avseende kommunikation i realtid.

Truecaller fortsätter att förnya sig med nya samtals- och smarta SMS-funktioner. Ett antal nya funktioner introducerades under tredje kvartalet för att förbättra samtalsupplevelsen i appen. Användare har nu möjlighet att identifiera och markera vissa konversationer som viktiga ("stjärnmärkta samtal") och att lägga till en anteckning till sådana samtal under eller efter att samtalet har avslutats. Användare kan nu enkelt filtrera och hitta de viktigaste samtalen i sin samtalslogg, samt söka i tidigare loggade anteckningar. Engagemangsindikatorer kring den nya funktionen har varit lovande, med över fyra miljoner samtal markerade som viktiga dagligen sedan den släpptes i augusti. Truecaller har också upgraderats för att förbättra samtalsupplevelsen för användare med dubbla simkort, ett vanligt fenomen i Indien och andra utvecklingsländer.

Förbättringar av appens prestanda och användarvänlighet fortsätter att vara en prioritet för Truecaller. Under tredje kvartalet implementerades ett antal tekniska förbättringar av Smart SMS-funktionen, vilket resulterade i en 45-procentig förbättring av hastigheten och precisionen för denna funktion. Söklogiken inom Smart SMS har också upgraderats avsevärt, vilket gör att användare mycket lättare kan hitta relevant information inom denna kategori. Förbättringar av den smarta SMS-aviseringsupplevelsen gick också framåt detta kvartal, vilket underlättade fler möjligheter till anpassning baserat på användarpreferenser.

Fortsatta investeringar i AdTech

Investeringar för att förbättra Truecallers AdTech-kapacitet på utbudssidan fortsätter att skala väl. Truecaller fortsätter också att samarbeta med efterfrågepartners för att testa mer innovativa, prestationsdrivna annonsformat. Fortsatta optimeringar för att förbättra effektiviteten i annonslager och maximera avkastningen per annonstillfälle har visat starka resultat. Arbetet för att ytterligare förbättra "render rate" (förmågan att visa en annons i tid) gav också starkt resultat, och Truecaller levererade sin högsta "render rate" någonsin under tredje kvartalet.



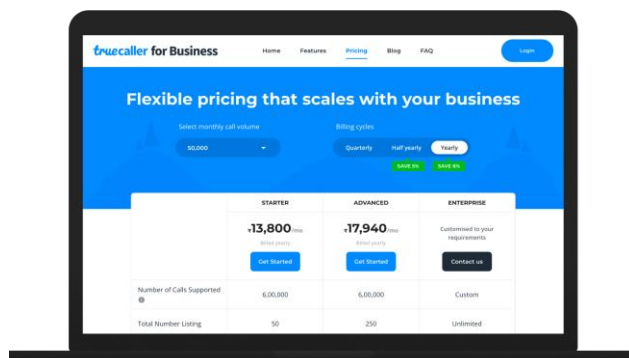
Truecaller fortsätter att stärka sin förmåga att tillhandahålla den bästa upplevelsen för ett växande antal efterfrågepartners och annonsörer. Investeringar under tredje kvartalet för att förbättra Truecallers oberoende tekniska plattform inkluderar introduktionen av en avkastningsmodul för att optimera efterfrågan från tredje part, såväl som utvecklingen av möjligheten att kunna verkställa direktförsäljning via Truecaller Ad Server. Truecaller har också etablerat en komplett DSP-kapacitet (efterfrågesideplattform) för att utöka sin räckvidd utanför Truecallers ekosystem och bredda portföljen av olika erbjudanden för sina annonsörer. Ur ett programmatiskt tredje-parts-perspektiv fortsätter Truecaller att växa med nya partners och introducerade nya sätt för partners att integrera för att ytterligare stärka efterfrågan.

Fortsatt utveckling av Truecaller for Business

Efterfrågan på Truecallers företagserbjudande fortsätter att vara stark. Under tredje kvartalet anslöts ett antal starka varumärken i Indien spridda över många sektorer som till exempel Indigo, det största flygbolaget i landet, och LG Electronics, som är ett av de två största konsumentelektronikbolagen i Indien. TFB-erbjudandet fortsätter att vara starkt i finanssektorn och under kvartalet adderas bland annat kunder som HFDC, ICICI Lombard, Aviva Life Insurance och Aditya Birla Capital till kundlistan. TFB fortsatte också att utöka sin närvaro på marknader utanför Indien, framför allt i länder som Sydafrika, Kenya, Egypten och Peru.

Under tredje kvartalet gjorde Truecaller betydande förbättringar av sin företagsinriktade webbplats business.truecaller.com. Den nya webbplatsen har upgraderats för att tydligare visa relevansen av företagserbjudandet, och underlättar en ännu mer intuitiv självbetjäningssupplevelse för både direktförsäljning och återförsäljare. Truecaller for Business i Indien omstrukturerade också sin engagemangsmo- dell för att introducera värdebaserade prisnivåer och öka kunders benägenhet att skriva längre avtal. Antalet TFB-kunder som övergår till kvartals-, halvårs- eller årliga planer fortsätter att växa, och majoriteten

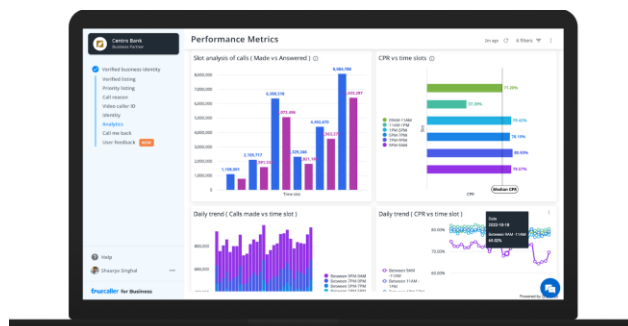
av nya kunder skriver längre avtal, vilket visar det långsiktiga värdet som tillhandahålls av företagserbjudandet.



Initiativ från TFB:s Early Access Program – ett program som lanserades i början av 2022 som ger utvalda kunder möjlighet att testa nya erbjudanden i tidiga utvecklingsstadier – utvecklades till fullt kommersialiserade produkter under tredje kvartalet. Video Caller ID for Business gör det möjligt för företag att leverera anpassade videor när de ringer en kund, vilket introducerar ett nytt visuellt element som hjälper till att stärka deras varumärke. Call Me Back gör det möjligt för användare att visa sitt intresse för ett företags erbjudanden när de inte kan svara i telefon, och har redan visat lovande indikationer för att skapa värde för företag. Truecaller fortsätter att utveckla dessa erbjudanden för att leverera ännu mer värde för både företag och slutanvändare. Truecaller fortsätter också att använda Early Access-programmet för att ytterligare utveckla sitt företagsbjudande.

Truecaller investerade också i betydande förbättringar av analysupplevelsen under tredje kvartalet. Företagskunder kan nu dra nytta av en upgraderad analysinstrumentpanel som inte bara ger bättre datavisualisering och en mer intuitiv användarupplevelse, utan också möjliggör rapportgenerering på automatiserad basis. Den nya analysplattformen lägger grunden för mer värdefull intelligens som företag kan dra nytta av för att fatta datadrivna beslut baserat på bland annat tidsanalys och analys av andra kritiska samtalstrender.

Truecaller fortsätter att utveckla sin operativa förmåga för att möta den växande efterfrågan på sitt företagserbjudande. Flera tekniska förbättringar implementerades under tredje kvartalet, vilket möjliggör en smidigare, snabbare introduktionsprocess samt offlineprestanda för Verified Business Caller ID.



Övrig information

Risker och osäkerhetsfaktorer

Truecaller är, liksom alla företag, exponerad för olika slag av risker i sin verksamhet. Bland dessa kan nämnas risker relaterade till valutaförändringar, beroende av vissa strategiska partners, allmänna utvecklingen av konjunktur och finansiella marknaden, tekniska förändringar, beroende av nyckelpersoner, legala risker och risker förknippade med personlig integritet, samt skatterisker och politiska risker. Riskhantering är en integrerad del av Truecallers ledning. De risker som beskrivs för koncernen kan också ha en indirekt påverkan på moderbolaget. En fullständig redogörelse för risker och osäkerhetsfaktorer kopplade till Truecaller finns i True Software Scandinavias årsredovisning för 2021.

Påverkan från kriget i Ukraina

Påverkan på Truecallers affärsverksamhet från kriget i Ukraina och dess effekter på den globala ekonomin har varit minimala. Truecallers fokus har varit att ta hand om våra anställda från Ukraina, Ryssland och Baltikum som har haft närstående i Ukraina.

Framåtblickande uttalanden

Rapporten innehåller uttalanden rörande bland annat Truecallers finansiella situation och resultat liksom uttalanden om marknadsvillkor som kan vara framåtblickande. Truecaller anser att förväntningarna som återspeglas i dessa framåtblickande uttalanden bygger på rimliga antaganden. Framåtblickande uttalanden innefattar emellertid risker och osäkerhetsfaktorer och de faktiska resultaten eller följderna kan skilja sig avsevärt från dem som framförts. Utöver vad som krävs enligt gällande lagstiftning gäller framåtblickande uttalanden endast den dag de framförs och Truecaller åtar sig inte att uppdatera några av dem mot bakgrund av ny information eller framtida händelser.

Framtidsutsikter

Truecaller lämnar inga prognoser.

Moderbolaget

Truecaller AB, org. nr. 559278-2774, är ett svenskt bolag med säte i Stockholm, Sverige.

Finansiell kalender

Bokslutskommuniké januari-december 2022: 22 februari 2023

Delårsrapport januari-mars 2023: 11 maj 2023

Delårsrapport januari-juni 2023: 21 juli 2023

Delårsrapport januari-september 2023: 9 november 2023

Kontaktuppgifter

Alan Mamedi, CEO

E-post: alan.mamedi@truecaller.com

Odd Bolin, CFO

Tel: +46 70 428 31 73

E-post: odd.bolin@truecaller.com

Andreas Frid, Head of IR & Communication

Tel: +46 705 29 08 00

E-post: andreas.frid@truecaller.com

Revisors granskning

Denna delårsrapport har varit föremål för en översiktlig revisorsgranskning.

Denna information är insiderinformation som Truecaller AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 11 november 2022 kl. 07.30 CET.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Nettoomsättning	3	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888
Övriga intäkter		20	4	43	118	2 738
Aktiverat arbete för egen räkning		868	239	5 204	797	1 045
Förmedlingskostnader		-113 369	-73 560	-306 596	-186 239	-272 807
Övriga externa kostnader		-76 579	-88 449	-229 200	-167 716	-248 049
Personalkostnader		-79 586	-110 357	-216 933	-213 936	-266 752
Av- och nedskrivningar		-8 053	-4 216	-19 535	-12 377	-16 844
Rörelseresultat		173 430	36 242	561 776	157 306	328 219
Finansnetto		12 754	-25 292	16 619	-28 839	-28 511
Resultat efter finansiella poster		186 183	10 949	578 395	128 466	299 708
Skatt		-42 836	-8 610	-128 651	-8 505	-41 398
Periodens resultat ¹⁾		143 348	2 339	449 744	119 962	258 310
Resultat per aktie						
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,38	0,01	1,20	0,55	1,01
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,38	0,01	1,20	0,34	0,72
Genomsnittligt antal aktier före utspädning ²⁾		373 941 981	219 535 665	373 867 101	218 765 742	254 718 955
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		374 399 006	355 438 862	374 666 353	355 682 475	357 708 466

¹⁾ Periodens resultat är i sin helhet hänförligt till moderföretagets aktieägare.

²⁾ I anslutning till Truecallers börsnotering omvandlades samtliga preferensaktier till B-aktier vilket är förklaringen till att det är stora skillnader i antalet aktier som ingår i Genomsnittligt antal aktier före utspädning i de olika perioderna.

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Periodens resultat		143 348	2 339	449 744	119 962	258 310
Övrigt totalresultat för perioden						
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omräkningsdifferens		3 917	-1 155	4 512	-2 144	-1 529
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	-	-	-89
Övrigt totalresultat för perioden		3 917	-1 155	4 512	-2 144	-1 618
Totalresultat för perioden ¹⁾		147 265	1 184	454 256	117 818	256 692

1) Periodens totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderföretagets aktieägare.

Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 30 sep	2021 30 sep	2021 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		36 541	-	-
Övriga immateriella tillgångar		17 317	1 029	1 350
Materiella anläggningstillgångar		2 752	1 200	1 429
Nyttjanderättstillgångar		110 580	88 487	86 196
Uppskjuten skattefordran		53 511	48 327	35 077
Andra långfristiga fordringar	4	19 371	744	999
Summa anläggningstillgångar		240 073	139 788	125 051
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	246 138	153 222	179 336
Kortfristiga placeringar	4	148 979	-	150 066
Likvida medel	4	1 718 912	259 616	1 238 443
Summa omsättningstillgångar		2 114 030	412 838	1 567 845
SUMMA TILLGÅNGAR		2 354 102	552 626	1 692 896
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 885 238	289 940	1 411 410
Summa eget kapital		1 885 238	289 940	1 411 410
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		5 815	3 769	4 538
Leasingskulder		96 975	75 744	72 393
Uppskjuten skatteskuld		29 095	18 380	18 030
Övriga långfristiga skulder	4	8 776	-	-
Summa långfristiga skulder		140 662	97 893	94 961
Kortfristiga skulder				
Skuld avseende syntetiska optioner	4	-	21 893	22 509
Leasingskulder		15 559	14 640	15 985
Övriga kortfristiga skulder	4	312 643	128 259	148 030
Summa kortfristiga skulder		328 203	164 793	186 524
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		2 354 102	552 626	1 692 896

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster	186 183	10 949	578 395	128 466	299 708
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	1 486	87 499	10 918	112 237	119 545
Betald inkomstskatt	-17 482	-	-31 340	-	-4 717
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	170 187	98 448	557 974	240 703	414 536
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital					
Förändringar av rörelsefordringar	2 000	-54 124	-24 069	-72 207	-97 183
Förändringar av rörelseskulder	-10 297	30 623	30 419	53 302	63 538
Kassaflöde från den löpande verksamheten	161 891	74 947	564 324	221 798	380 891
Investeringsverksamheten					
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-	-26 875	-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-1 283	-	-1 806	-	-351
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	-	-	-
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1 401	-1 089	-7 146	-1 089	-1 470
Investering i kortfristiga placeringar	-	-	-	-	-150 000
Förändring av finansiella fordringar	-426	-	1 087	-	-66
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-3 110	-1 089	-34 741	-1 089	-151 887
Finansieringsverksamheten					
Nyemission	-	-	-	7 789	982 904
Erhållna medel för teckningsoptioner	2 206	18 030	2 978	18 030	17 364
Återköp teckningsoptioner	-99	-	-818	-	-
Amortering av leasingsskuld	-3 728	-3 850	-13 411	-11 275	-15 280
Utbetalning syntetiska optioner	-	-172 016	-23 140	-172 016	-172 016
Återköp av egna aktier	-19 755	-	-19 755	-	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-21 375	-157 836	-54 146	-157 470	812 972
Periodens kassaflöde	137 405	-83 978	475 438	63 239	1 041 976
Likvida medel vid periodens början	1 578 285	342 704	1 238 443	195 224	195 224
Valutakursdifferens i likvida medel	3 222	890	5 032	1 153	1 243
Likvida medel vid periodens slut	1 718 912	259 615	1 718 912	259 616	1 238 443

Rapport över förändring i eget kapital i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare				Summa eget kapital hänförligt till moderföretagets ägare
	Aktie-kapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	
Ingående eget kapital 2021-01-01	353	702 511	4 682	-561 612	145 933
Periodens resultat	-	-	-	119 962	119 962
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-2 144	-	-2 144
Periodens totalresultat	-	-	-2 144	119 962	117 818
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	-	7 787	-	-	7 787
Apportemission	355	-	-	-328	27
Teckningsoptioner	-	18 030	-	-	18 030
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	344	344
Summa	355	25 817	-	16	26 187
Utgående eget kapital 2021-09-30	708	728 328	2 538	-441 634	289 940
Ingående eget kapital 2022-01-01	747	1 707 864	3 153	-300 354	1 411 410
Periodens resultat	-	-	-	449 744	449 744
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	4 512	-	4 512
Periodens totalresultat	-	-	4 512	449 744	454 256
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission	11	-	-	18 152	18 163
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-19 755	-19 755
Teckningsoptioner	-	2 161	-	-	2 161
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	19 003	19 003
Summa	11	2 161	-	17 399	19 571
Utgående eget kapital 2022-09-30	758	1 710 025	7 666	166 789	1 885 238

Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Rörelsens intäkter		1 953	-	4 813	-	1 318
Övriga externa kostnader		-2 908	-434	-9 659	-434	-52 446
Personalkostnader		-5 189	-1 111	-9 784	-1 111	-2 752
Rörelseresultat		-6 144	-1 545	-14 630	-1 545	-53 880
Finansnetto		-911	-97	-4 996	-97	-1 733
Resultat före skatt		-7 055	-1 643	-19 626	-1 643	-55 613
Skatt		1 443	-	4 031	-	11 456
Periodens resultat		-5 612	-1 643	-15 595	-1 643	-44 157

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2022 30 sep	2021 30 sep	2021 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag		10 247 177	10 179 685	10 182 046
Uppskjuten skattefordran		20 613	-	16 582
Summa anläggningstillgångar		10 267 791	10 179 685	10 198 628
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar		13 497	1 725	16 132
Fordringar hos koncernföretag		10 746	-	650
Kortfristiga placeringar		148 979	-	150 066
Likvida medel		714 749	22 203	830 776
Summa omsättningstillgångar		887 971	23 928	997 624
SUMMA TILLGÅNGAR		11 155 761	10 203 613	11 196 252
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital och skulder				
Eget kapital		11 139 471	10 195 412	11 135 495
Skulder hos koncernföretag		-	7 079	31 509
Kortfristiga skulder		16 290	1 122	29 249
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		11 155 761	10 203 613	11 196 252

Noter

Not 1. Väsentliga redovisningsprinciper

Denna delårsrapport omfattar det svenska moderföretaget Truecaller AB (Truecaller), organisationsnummer 559278-2774, och dess dotterföretag. Koncernens verksamhet är att utveckla och utge programvara, främst mobilapplikationer för numerupplysning, under varumärket Truecaller. Moderföretaget är ett aktieföretag registrerat i och med säte i Stockholm, Sverige. Adressen till huvudkontoret är Mäster Samuelsgatan 56, 111 21 Stockholm.

Under 2021 gjorde Truecaller en omstrukturering av koncernen där det tidigare moderföretaget, True Software Scandinavia AB, blev ett helägt dotterbolag till det nya moderföretaget Truecaller AB. Truecaller AB var tidigare ett lagerbolag utan verksamhet. Omstruktureringen genomfördes genom en apportemission riktad till True Software Scandinavia ABs ägare, som behöll sina relativa ägarandelar i Truecaller AB. Den nybildade koncernen är en direkt fortsättning på True Software Scandinavia-koncernen och Truecaller har därmed tagit över True Software Scandinavia-koncernens finansiella historik ograverad.

Truecaller tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) som de antagits av EU. Koncernens delårsrapport är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering samt tillämpliga delar i årsredovisningslagen (1995:1554). Upplysningar enligt

IAS 34 framkommer förutom i de finansiella rapporterna även i övriga delar av delårsrapporten. Delårsrapporten för moderföretaget har upprättats i enlighet med årsredovisningslagens 9 kapitel, Delårsrapport och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. För koncernen och moderföretaget har samma redovisningsprinciper, värderingsgrunder och bedömningar tillämpats som i Truecallers årsredovisning. För en beskrivning av tillämpade redovisningsprinciper hänvisas därför till den senast publicerade årsredovisningen.

Eget kapital

Aktier som utfärdas av bolaget klassificeras som eget kapital. Tillkommande kostnader som är direkt hänförliga till emissionen av stamaktier och aktieoptioner redovisas som en avdragspost i eget kapital efter avdrag för eventuella skatteeffekter. När Truecallers aktier som är klassificerade som eget kapital återköps redovisas beloppet för erlagd köpeskilling som en reduktion av eget kapital, efter avdrag för eventuella skatteeffekter. Återköpta aktier klassificeras som egna aktier och redovisas som en avdragspost under eget kapital. När egna aktier därefter säljs eller återutges redovisas erhållet belopp som en ökning av eget kapital och det överskott eller underskott som blir följden av transaktionen överförs till eller från övrigt tillskjutet kapital.

Not 2. Uppskattningar och bedömningar

Upprättandet av delårsrapporten kräver att företagsledningen gör bedömningar och uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och

kostnader. Verkliga utfallet kan avvika från dessa uppskattningar och bedömningar. De kritiska bedömningarna och källorna till osäkerhet i uppskattningar är oförändrade jämfört med senast avgiven årsredovisning.

Not 3. Intäkter från avtal med kunder

UPPDELNING PÅ INTÄKTER FRÅN AVTAL MED KUNDER

Belopp i Tkr	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Geografisk region					
Indien	333 563	213 534	1 008 991	503 365	787 120
Mellanöstern och Afrika	62 123	56 784	174 327	128 530	184 114
Övriga världen	54 443	42 263	145 475	104 764	157 654
Intäkter från avtal med kunder	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888

Den geografiska uppdelningen är baserad på var kunden har sitt mobilabonnemang.

Belopp i Tkr	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Typ av tjänst					
Annonsintäkter	373 072	265 706	1 126 274	610 045	948 925
Användarintäkter	45 129	34 953	125 403	103 406	138 985
Övriga intäkter	31 928	11 922	77 115	23 208	40 978
Intäkter från avtal med kunder	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 september 2022

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	19 371	19 371
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	124 296	124 296
Kundfordringar	-	48 744	48 744
Kortfristiga placeringar	148 979	-	148 979
Likvida medel	-	1 718 912	1 718 912
Totalt	148 979	1 911 324	2 060 303
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	21 897	21 897
Villkorad tilläggsköpeskillning	19 447	-	19 447
Totalt	19 447	21 897	41 344

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 september 2021

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	744	744
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	93 647	93 647
Kundfordringar	-	19 111	19 111
Likvida medel	-	259 616	259 616
Totalt	-	373 118	373 118
FINANSIELLA SKULDER			
Skuld avseende syntetiska optioner	21 893	-	21 893
Leverantörsskulder	-	18 786	18 786
Totalt	21 893	18 786	40 679

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2021

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	999	999
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	100 353	100 353
Kundfordringar	-	31 160	31 160
Kortfristiga placeringar	150 066	-	150 066
Likvida medel	-	1 238 433	1 238 433
Totalt	150 066	1 370 954	1 521 020

FINANSIELLA SKULDER			
Skuld avseende syntetiska optioner	22 509	-	22 509
Leverantörsskulder	-	39 544	39 544
Totalt	22 509	39 544	62 053

För kortfristiga fordringar och skulder, som exempelvis fordringar på annonsnätverk och plattformsägare, kundfordringar och leverantörsskulder, anses det redovisade värdet vara en god uppskattning av det verkliga värdet. Tillgångarnas maximala kreditrisk utgörs av nettobeloppen av de redovisade värdena i tabellerna ovan.

Koncernen har kortfristiga placeringar, skuld avseende syntetiska optioner och villkorad tilläggsköpeskillning som värderas till verkligt värde via resultaträkningen. Verkligt värde är det pris som vid värderingstidpunkten skulle erhållas vid försäljning av en tillgång eller betalas vid överlåtelse av en skuld genom en ordnad transaktion mellan marknadsaktörer. Värderingsmetoderna klassificeras i en hierarki bestående av tre nivåer som definieras enligt följande:

- Nivå 1: Noterade priser på aktiva marknader,
- Nivå 2: Andra indata än noterade priser, som är direkt observerbara (priser) eller indirekt observerbara (härledda från priser), och
- Nivå 3: Icke observerbar marknadsdata.

Under perioden har inga överföringar mellan nivåerna förekommit. Koncernen har inga finansiella tillgångar eller skulder som har kvittats i redovisningen eller som omfattas av ett rättsligt bindande avtal om nettnig.

Kortfristiga placeringar

Truecaller har 150 Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Det verkliga värdet på innehavet framkommer genom att använda marknadspriser på balansdagen enligt nivå 1. Effekten av värderingen till verkligt värde redovisas i resultaträkningen. Justeringen till verkligt värde av dessa instrument återspeglas direkt i posten kortfristiga placeringar i rapporten över finansiell ställning.

Kortfristiga placeringar	2022 jan - sep	2021 jan - sep	2021 jan - dec
Ingående balans	150 066	-	-
Investering kortfristiga placeringar	-	-	150 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	-1 087	-	66
Utgående balans	148 979	-	150 066

Villkorad tilläggsköpeskillning

Villkorade tilläggsköpeskillningar tillhör nivå 3 i värderingshierarkin. Det verkliga värdet på villkorade köpeskillningar beräknas genom diskontering av framtida kassaflöden med en riskjusterad diskonteringsränta. Den villkorade tilläggsköpeskillningen för Call-Hero har klassificerats som kort- och långfristig skuld.

Villkorad tilläggsköpeskillning	2022 jan - sep	2021 jan - sep	2021 jan - dec
Ingående balans	-	-	-
Anskaffningsvärde	16 785	-	-
Värdeförändring redovisad i resultatet	2 662	-	-
Utgående balans	19 447	-	-

Skuld avseende syntetiska optioner

I samband med förvärvet av Backwater Technologies Private Limited 2019 ingick Truecaller optionsavtal med det förvärvade bolagets tidigare ägare. Värderingen har skett enligt nivå 3 i värderingshierarkin och utfallet för skulden har varit beroende på om intjänande villkor uppfylls samt Truecallers aktiepris som utgjorts av väsentliga icke-observerbara indata.

Skulden har redovisats som en separat post i balansräkningen och värderats till verkligt värde genom resultaträkningen som personalkostnader samt i finansnettot. Skulden reglerades i sin helhet i januari 2022 och inga ytterligare kostnader kommer att tillkomma hänförligt till de syntetiska optionerna.

Skuld avseende syntetiska optioner	2022 jan - sep	2021 jan - sep	2021 jan - dec
Ingående balans	22 509	91 019	91 019
Utbetalt	-23 140	-172 016	-172 016
Värdeförändring redovisad i resultatet	631	102 890	103 506
Utgående balans	-	21 893	22 509

Not 5. Förvärv av koncernföretag

Den 22 mars 2022 slutförde Truecaller det tidigare anmälda förvärvet av det israeliska företaget CallHero Ltd. CallHero har utvecklat en unik teknisk lösning som automatiskt besvarar och analyserar inkommande samtal med hjälp av en digital assistent, en Smart Agent. Tekniken är tänkt att stärka Truecallers erbjudande i USA där CallHero primärt har sina kunder idag. Köpeskillingen uppgick till 4,5 MUSD varav 2,6 MUSD betalades kontant genom befintlig kassa och 1,9 MUSD betalades genom nyemitterade aktier i Truecaller. Aktierna är villkorade till att ägarna är fortsatt anställda i koncernen under en viss tidsperiod och denna del kommer därför att redovisas som personalkostnad över berörd tidsperiod. Vidare tillkommer en tilläggsköpeskillning om maximalt 2 MUSD givet att vissa mål uppnås under en period på upp till fyra år från och med förvärvets slutförande. Förvärvet är i första hand ett förvärv av teknik och kompetens och bedöms inte ha någon väsentlig påverkan på resultatet under 2022.

Enligt den förvärvsanalysen uppstod övervärden på 10 Mkr hänförligt till egenutvecklad programvara samt en skattemässigt ej avdragsgill goodwill om 34,4 Mkr som främst är hänförlig till den kompetens som de anställda inom CallHero bidrar med. Nyttjandeperioden för egenutvecklad programvara bedöms vara fem år.

Verkligt värde förvärvade nettotillgångar CallHero (Tkr)

Egenutvecklad programvara	10 000
Materiella anläggningstillgångar	8
Uppskjuten skattefordran	14
Kundfordringar och övriga fordringar	92
Likvida medel	229
Uppskjuten skatteskuld	-2 300
Övriga kortfristiga skulder	-978
Summa förvärvade nettotillgångar	7 065

Köpeskillning CallHero (Tkr)

Köpeskillning, kontant	24 629
Tilläggsköpeskillning, skuld	16 785
Summa köpeskillning, aktier	41 414
Verkligt värde förvärvade nettotillgångar	-7 065
Goodwill	34 349

Koncernen, Investeringsverksamheten (Tkr)

Betald köpeskillning	-24 629
Likvida medel i förvärvat bolag	229

Direkta kostnader i samband med förvärv	-2 424
Nettoeffekt på koncernens likvida medel från förvärv	26 824

Not 6. Incitamentsprogram

På årsstämman den 24 maj 2022 godkändes styrelsens förslag avseende incitamentsprogram till ledande befattningshavare, nyckelpersoner och anställda i Truecaller-koncernen. Incitamentsprogrammet består av högst 500 000 teckningsoptioner och högst 5 100 000 prestationsbaserade aktierätter.

Teckningsoptioner köps av deltagarna till marknadsvärde och priset på en teckningsoption (optionspremien) är beräknad enligt Black & Scholes värderingsmodell.

Prestationsbaserade aktierätter ger deltagarna rätt att vederlagsfritt erhålla B-aktier i bolaget efter att den fastställda intjänandeperioden löpt ut givet att deltagarna varit fortsatt anställda under intjänandeperioden samt att vissa specifika prestationsmål uppnåtts av Truecaller avseende intäktsstillväxt och justerad EBITDA. Koncernen tillämpar IFRS 2 för prestationsbaserade aktierätter där kostnaden värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet och redovisas mot eget kapital. Koncernen redovisar en reserv för upplupna sociala kostnader för programmet baserade på det beräknade för månadsvärdet för deltagarna.

I koncernen finns ett incitamentsprogram sedan tidigare, LTIP 2021. Mer information om programmet finns i årsredovisningen för 2021.

Kostnader för LTIP21 och LTIP22, Mkr	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	9,5	0,7	18,8	0,7	2,9
Sociala avgifter	0,4	-	1,5	-	-
Kostnader för LTIP21 och LTIP22	10,0	0,7	20,3	0,7	2,9

Not 7. Egna aktier

Den 24 maj 2022 bemyndigade årsstämman styrelsen att få besluta om ett återköpsprogram av egna aktier. Återköpsprogrammet får maximalt uppgå till 5 procent av de utestående aktierna vid årsstämman vilket motsvarar 18 697 985 aktier. Återköpen av aktier får ske vid ett eller flera tillfällen fram till nästa årsstämma. Aktieåterköpsprogrammet inleddes den 23 september och under kvartalet har totalt 486 205 B-aktier återköpts för 19,7 Mkr inklusive transaktionskostnader.

Truecaller har även emitterat samt återköpt 5 100 000 C-aktier under kvartalet för en kostnad om 0,1 Mkr. Transaktionerna är gjorda i enlighet med de mandat som gavs på årsstämman 2022 för att täcka åtaganden inom ramen för Aktieprogram 2022 som är en del av koncernens "Långsiktiga incitamentsprogram 2022". C-aktierna kommer att omvandlas till stamaktier av serie

B i samband med att stamaktier av serie B ska levereras i enlighet med Aktieprogram 2022.

Vid rapportperiodens slut var aktiernas uppdelningen enligt följande:

Aktieslag	Aktier
A-aktier	46 783 800
B-aktier	327 175 910
C-aktier	5 100 000
Totalt antal utestående aktier	379 059 710
- varav B-aktier som innehas av Truecaller	486 205
- varav C-aktier som innehas av Truecaller	5 100 000
Totalt antal utestående aktier, netto efter aktier som innehas av Truecaller	373 473 505

Not 8. Eventualförpliktelser

Koncernens eventualförpliktelser består av ett skatteärendet i det tidigare förvärvade dotterbolaget Backwater Technologies hänförligt till fastställande av inkomst för FY 2016-17. Det pågående ärendet hör till en period före förvärvsdatumet. Koncernen bedömer det som sannolikt att utslaget kommer att vara till dess fördel och har därför inte redovisat någon avsättning med hänsyn till detta. Det totala odiskonterade belopp som koncernen kan bli skyldig att betala om beslutet i processen går emot koncernen uppskattas till mellan 3 och 13 Mkr.

Not 9. Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har ägt rum under rapportperioden.

Not 10. Händelser efter balansdagen

I linje med det aktieåterköpsprogram som inleddes den 23 september (se not 7) har Truecaller återköpt ytterligare 942 811 B-aktier för 32,6 Mkr inklusive transaktionskostnader efter rapportperiodens slut. Truecallers totala innehav av egna B-aktier uppgår till 1 429 016 som har återköpts för totalt 52,3 Mkr inklusive transaktionskostnader.

Försäkran

Verkställande direktören och styrelsen försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av moderföretagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderföretaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm, 2022-11-11

Bing Gordon
Styrelseordförande

Alan Mamedi
Styrelseledamot, VD

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Helena Svancar
Styrelseledamot

Nami Zarringhalam
Styrelseledamot

Shailesh Lakhani
Styrelseledamot

Revisors granskningsrapport

Truecaller AB (publ) org.nr 559278-2774

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapporten) för Truecaller AB (publ) per 30 september 2022 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Stockholm den 11 november 2022
Ernst & Young AB

Jennifer Rock-Baley
Auktoriserad revisor

Nyckeltalsdefinitioner

I enlighet med riktlinjer från ESMA (European Securities and Markets Authority) avseende redovisning av alternativa nyckeltal redovisas här definition och avstämning av alternativa nyckeltal för Truecaller. Riktlinjerna innebär utökade upplysningar avseende de finansiella mått som inte definierats i IFRS. De nyckeltal som framgår nedan är redovisade i delårsrapporten. De används för intern styrning och uppföljning. Eftersom inte alla företag beräknar finansiella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag. Nedanstående mått är sådan som Truecaller använder för att tydliggöra hur verksamheten utvecklas och därmed förenkla för dem som följer bolagets finansiella rapportering.

Nyckeltal	Definition	Syfte
Bruttoresultat ¹⁾	Nettoomsättning minus förmedlingskostnader.	Bruttovinst används för att analysera lönsamheten minus direkta kostnader (kostnader direkt relaterade till förmedling av annonsutrymmen samt kostnader för att ansluta nya premium-användare).
Bruttomarginal ¹⁾	Bruttoresultat i procent av nettoomsättningen.	Bruttovinstmarginal är ett mått på lönsamheten minus direkta kostnader.
Justerad EBITDA	Rörelseresultat före räntor, skatter, avskrivningar och nedskrivningar (EBITDA) och justerat för jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster består av kostnader hänförliga till börsnoteringen samt syntetiska optioner från förvärvet av Backwater Technologies.	Justerat EBITDA är ett mått som Truecaller använder för att visa hur den löpande verksamheten utvecklas över tid.
Justerad EBITDA-marginal	Justerad EBITDA i procent av nettoomsättning.	Justerad EBITDA-marginal används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad exklusive jämförelsestörande poster och före avskrivningar.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseresultat före räntor och skatter.	Rörelseresultatet (EBIT) används för att analysera lönsamheten genererad av den operativa verksamheten.
Rörelsemarginal	Rörelseresultat i procent av nettoomsättning.	Rörelsemarginal används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad.
Justerat rörelseresultat (EBIT)	Rörelseresultat före räntor och skatter (EBIT) och justerat för jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster består av kostnader hänförliga till börsnoteringen samt syntetiska optioner från förvärvet av Backwater Technologies.	Justerat rörelseresultat (EBIT) används för att analysera lönsamheten genererad av den operativa verksamheten justerat för jämförelsestörande poster.
Justerad rörelsemarginal	Justerat rörelseresultat i procent av nettoomsättning.	Justerad rörelsemarginal (EBIT) används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad justerat för jämförelsestörande poster.
OPEX (operating expense)	OPEX visar de av rörelsens övriga externa kostnader som inte är direkt hänförliga till intäkternas förvärvande, samt personalkostnader	Truecaller använder OPEX för att tydliggöra kostnader som krävs för att underhålla bolagets tjänster löpande.
Soliditet	Eget kapital dividerat med totala tillgångar.	Ett mått för att visa finansiell risk, uttryckt som hur stor del av totala tillgångar som finansierats av eget kapital.
Antal aktiva användare per månad (MAU)	Antalet användare som har en profil hos Truecaller och som är aktiva på plattformen på månadsbasis. Beräknas som ett genomsnitt av periodens alla dagar.	Används för att belysa mängden aktiva användare av Truecallers tjänster.
Antal aktiva användare per dag (DAU)	Antalet användare som har en profil hos Truecaller och som är aktiva på plattformen på daglig basis. Beräknas som ett genomsnitt av periodens alla dagar.	Används för att belysa mängden aktiva användare av Truecallers tjänster.

Kostnad per tusen visningar (CPM)	CPM visar kostnaden för att visa en annons tusen gånger.	Används för att visa effektiviteten i annonsplattformen.
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU)	Den genomsnittliga intäkten för en återkommande betalande användare (Truecaller Premium).	Används för att visa hur intäkterna per användare utvecklas över tid.

¹⁾ I Q4 2021 uppdaterades definitionen av Bruttoresultat och Bruttomarginal för att innefatta nettoomsättning istället för rörelsens totala intäkter. Att använda nettoomsättning istället för totala intäkter anses ge en mer rättvisande bild av de båda lönsamhetsmåten.

AVSTÄMNING AV VALDA NYCKELTAL SOM INTE ÄR DEFINIERADE ENLIGT IFRS

Koncernen, Tkr	2022 jul-sep	2021 jul-sep	2022 jan-sep	2021 jan-sep	2021 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal *					
Nettoomsättning	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888
Minus förmedlingskostnader	-113 369	-73 560	-306 596	-186 239	-272 807
Bruttoresultat	336 760	239 020	1 022 197	550 419	856 081
Dividerat med Nettoomsättning	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888
Bruttomarginal	74,8%	76,5%	76,9%	74,7%	75,8%

* Som följd av de uppdaterade nyckeltalsdefinitionerna har jämförelsesiffrorna för 2021 räknats om. Innan justeringen var bruttoresultatet 239 263 Tkr för Q3 2021 och 551 334 Tkr för januari-september 2021. Bruttomarginalen var 76,5% för Q3 2021 och 74,8% för januari-september 2021.

Justerad EBITDA och justerad EBITDA-marginal

Resultat före skatt	186 183	10 949	578 395	128 466	299 708
Exklusive Finansnetto	-12 754	25 292	-16 619	28 839	28 511
Exklusive Av- och nedskrivningar	8 053	4 216	19 535	12 377	16 844
EBITDA	181 483	40 457	581 311	169 682	345 063
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	77 213	-	106 617	127 443
Justerad EBITDA	181 483	117 670	581 311	276 299	472 506
Dividerat med Nettoomsättning	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888
Justerad EBITDA-marginal	40,3%	37,6%	43,7%	37,5%	41,9%

Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal

Resultat före skatt	186 183	10 949	578 395	128 466	299 708
Exklusive Finansnetto	-12 754	25 292	-16 619	28 839	28 511
Rörelseresultat (EBIT)	173 430	36 242	561 776	157 306	328 219
Dividerat med Nettoomsättning	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888
Rörelsemarginal	38,5%	11,6%	42,3%	21,4%	29,1%

Justerat rörelseresultat (EBIT) och justerat rörelsemarginal

Rörelseresultat (EBIT)	173 430	36 242	561 776	157 306	328 219
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	77 213	-	106 617	127 443
Justerat rörelseresultat (EBIT)	173 430	113 455	561 776	263 922	455 662
Dividerat med Nettoomsättning	450 129	312 581	1 328 792	736 659	1 128 888

Justerad rörelsemarginal	38,5%	36,3%	42,3%	35,8%	40,4%
---------------------------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Soliditet

Summa Eget kapital	1 885 238	289 940	1 885 238	289 940	1 411 410
Dividerat med Summa tillgångar	2 354 102	552 626	2 354 102	552 626	1 692 896
Soliditet	80,1%	52,5%	80,1%	52,2%	83,4%

Justering av definitioner för nyckeltal

I delårsrapporten för januari-mars 2022 gjordes mindre justeringar av definitioner och beräkningssätt för nyckeltalen, antal aktiva användare per månad (MAU), antalet aktiva användare per dag (DAU), kostnad per tusen visningar (CPM) och genomsnittlig intäkt per betalande användare (ARPU). Justeringarna gjordes för att ytterligare förbättra och förfina möjligheten att analysera Truecallers verksamhet. De historiska jämförelsetalen Räknades om.

MAU avser antalet användare som använder appen och är aktiva på månadsbasis och DAU avser antalet användare som använder appen och är aktiva på plattformen på dagsbasis. MAU och DAU beräknas nu som periodens genomsnitt där alla periodens dagar ingår i beräkningen (tidigare genomsnitt beräknat på sista 7 dagarna i varje månad).

	2021 okt-dec	2021 jul-sep	2021 apr-jun	2021 jan-mar	2020 okt-dec	2020 jul-sep	2020 apr-jun	2020 jan-mar	2021 jan-dec
MAU (ny definition)	299,9	291,1	279,6	271,4	260,6	242,8	227,2	222,9	285,6
MAU (tidigare definition)	301,2	292,1	278,1	270,3	259,3	242,9	226,0	222,1	285,4
DAU (ny definition)	237,5	227,2	218,2	210,9	200,8	188,3	176,9	172,6	223,5
DAU (tidigare definition)	238,8	228,6	219,1	211,8	201,4	190,4	177,8	173,9	224,6

CPM avser kostnaden för att visa en annons tusen gånger. För CPM har nu gratisannonser (till exempel för välgörande ändamål) utesluts, vilka i den tidigare definitionen ingick vid beräkningen av CPM.

	2021 okt-dec	2021 jul-sep	2021 apr-jun	2021 jan-mar	2020 okt-dec	2020 jul-sep	2020 apr-jun	2020 jan-mar	2021 jan-dec
CPM (ny definition)	1,34	1,18	1,05	0,89	1,24	1,28	0,94	1,50	1,14
CPM (tidigare definition)	1,34	1,13	0,99	0,87	1,14	1,28	0,89	1,48	1,11

ARPU beräknas nu som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant (engångsköp har utesluts).

	2021 okt-dec	2021 jul-sep	2021 apr-jun	2021 jan-mar	2021 jan-dec
ARPU (ny definition)	8,20	8,29	7,56	7,39	7,85
ARPU (tidigare definition)	8,43	8,82	8,11	7,84	8,29