

# DELÅRSRAPPORT

januari-juni 2022

**truecaller**

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

# Truecaller delårsrapport

## April-juni 2022 (Q2)

Jämförelsesiffror avser april-juni 2021

- **Nettoomsättningen** ökade med 100 procent och uppgick till 480,4 (240,0) Mkr, jämfört med samma kvartal föregående år.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 218,5 (104,4) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 45,5 (43,5) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 225,4 (104,4) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 46,9 (43,5) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 172,7 (74,8) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,46 (0,34) kr före utspädning och 0,46 (0,21) kr efter utspädning.
- **Resultatet för kvartalet påverkas inte** av några jämförelsestörande poster medan andra kvartalet 2021 påverkades med -19,3 Mkr. De jämförelsestörande posterna var då hänförliga till förberedelser för börsnotering om -10,4 Mkr samt syntetiska optioner om -8,9 Mkr.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 15 procent till cirka 321,4 (279,6\*) miljoner.
- **Omsättningstillväxten** i Indien uppgick till 130 procent, i Mellanöstern och Afrika till 38 procent och i resten av världen till 31 procent.

## Januari-juni 2022

Jämförelsesiffror avser januari-juni 2021

- **Nettoomsättningen** ökade med 107 procent och uppgick till 878,7 (424,1) Mkr, jämfört med samma period föregående år.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 399,8 (158,6) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 45,5 (37,4) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 410,2 (158,6) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 46,7 (37,4) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 306,4 (117,6) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,82 (0,54) kr före utspädning och 0,82 (0,33) kr efter utspädning.
- **Resultatet för perioden påverkas inte** av några jämförelsestörande poster medan samma period föregående år påverkades med -29,4 Mkr. De jämförelsestörande posterna var då hänförliga till förberedelser för börsnotering om -14,8 Mkr samt syntetiska optioner om -14,6 Mkr.
- **Omsättningstillväxten** i Indien uppgick till 133 procent, i Mellanöstern och Afrika till 56 procent och i resten av världen till 46 procent.

## FINANSIELLA NYCKELTAL

|                                             | 2022<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec |
|---------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Koncernen, Mkr (om inte annat anges)</b> |                 |                 |                 |                 |                 |
| Nettoomsättning                             | 480,4           | 240,0           | 878,7           | 424,1           | 1 128,9         |
| Bruttoresultat                              | 374,2           | 179,7           | 685,4           | 311,4           | 856,1           |
| Bruttomarginal (%)                          | 77,9%           | 74,8%           | 78,0%           | 73,4%           | 75,8%           |
| Justerad EBITDA                             | 218,5           | 104,4           | 399,8           | 158,6           | 472,5           |
| Justerad EBITDA-marginal (%)                | 45,5%           | 43,5%           | 45,5%           | 37,4%           | 41,9%           |
| Rörelseresultat (EBIT)                      | 212,9           | 81,0            | 388,3           | 121,1           | 328,2           |
| Rörelsemarginal (%)                         | 44,3%           | 33,8%           | 44,2%           | 28,5%           | 29,1%           |
| Justerat rörelseresultat (EBIT)             | 212,9           | 100,3           | 388,3           | 150,5           | 455,7           |
| Justerad rörelsemarginal (%)                | 44,3%           | 41,8%           | 44,2%           | 35,5%           | 40,4%           |
| Resultat efter finansiella poster           | 222,1           | 74,7            | 392,2           | 117,5           | 299,7           |
| Eget kapital                                | 1 745,9         | 270,7           | 1 745,9         | 270,7           | 1 411,4         |
| Balansomslutning                            | 2 126,9         | 593,5           | 2 126,9         | 593,5           | 1 692,9         |
| Soliditet (%)                               | 82,1%           | 45,6%           | 82,1%           | 45,6%           | 83,4%           |
| Antal anställda vid periodens slut          | 351             | 266             | 351             | 266             | 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 31 för mer information.



## Väsentliga händelser under kvartalet

### Utveckling av produkt

Truecaller fortsatte att investera i produktutveckling genom att lansera nya funktioner och förbättra användarupplevelsen.

- **Förbättringar av kommunikationsupplevelsen och meddelandefunktioner.** Truecaller fortsätter att utveckla huvudfunktionaliteten för att våra användare ska kunna kommunicera smartare, säkrare och effektivare. Den senaste versionen av appen ger användarna ökade möjligheter att ge återkoppling på okända nummer. Genom AI-baserade modeller kan återkopplingen ge mer kontext kring ett okänt nummer. Förbättringar har också gjorts för att förbättra och förenkla för användare att använda sig av funktionerna "Call Reason" och "Truecaller Voice". Ett antal olika nya meddelande- och SMS-funktioner lanserades under kvartalet som bland annat "Passcode Lock" som ger ett extra skydd för användare för viktiga meddelanden.
- **Fortsatt utveckling av vår annonsaffär** genom förbättrad förmåga att enkelt integrera ytterligare efterfrågepartners. Nya globala och regionala partners har anslutits vilket leder till en ökad intäktspotential, framförallt utanför den indiska marknaden. På utbudssidan fortsätter vi att testa nya annonsformat för att skapa ett ökat engagemang som ökar värdet för våra annonsörer. Testen har gett lovande resultat.
- **Investeringar i premiumerbjudandet och iOS-produkten.** Som en del av premiumerbjudandet lanserades en ny global funktion för Android-användare som kan identifiera telefonnummer från en mängd olika externa plattformar utanför Truecallers ekosystem, som till exempel andra meddelande-appar. Integrationen av Truecaller Assistant (efter förvärvet av Call Hero) och den nya iOS-produkten löper enligt plan. Ambitionen är att Truecaller Assistant ska lanseras under andra halvåret och den nya iOS-produkten ska lanseras mot slutet av tredje kvartalet vilket kommer förbättra premiumerbjudandet och upplevelsen av Truecaller på Iphone väsentligt.
- **Fortsatt tillväxt och utveckling av Truecaller for Business.** Efterfrågan för Truecallers lösningar för säker och effektiv kommunikation från företag till konsument fortsätter att vara hög. Under kvartalet slöts avtal med företag som till exempel Google, DHL, American Express och Discovery Bank. Ett fokusområde som har fallit väl ut har varit att skapa längre relationer med våra företagskunder. Under andra kvartalet inleddes samarbetet med Tanla avseende företagsmeddelanden till konsumenter.

### Tillväxt och samarbeten

- **Tillväxten av månatligt aktiva användare i Sydamerika uppgick till cirka 50 procent.** Sydamerika är en av flera utpekade tillväxtregioner för Truecaller och antalet månatliga aktiva användare passerade under kvartalet 5 miljoner.
- **Truecaller blir från 2023 ny officiell huvudpartner till AIK Fotboll.** Avtalet sträcker sig över tre år med start säsongen 2023 och inkluderar bland annat exponering på herr- och damlagets matchtröjor men också gemensamma och samhällsförbättrande projekt i särskilt utsatta områden.

### Övriga väsentliga händelser

- **Den 24 maj genomfördes Truecallers årsstämma.** Styrelsen omvaldes i sin helhet, beslut fattades om ett nytt långsiktigt incitamentsprogram LTIP 2022, styrelsen bemyndigades att besluta om emissioner upp till 10 procent ytterligare B-aktier. Styrelsen fick också bemyndigande att fatta beslut om återköp av av maximalt 5 procent av det totala antalet utestående aktier per dagen för årsstämman. Läs mer på sidan 16.
- **Truecaller informerade att man inte avser att använda 6 miljoner av de teckningsoptioner som inte utnyttjats i det långsiktiga incitamentsprogrammet LTIP 2021.** Det innebär att den totala maximala utspädningseffekten från LTIP 2021 minskar från 5,2 procent till 3,6 procent av antalet utestående aktier.

### Händelser efter periodens utgång

- **Den nya appen Open Doors lanserades den 13 juli** Open Doors är en ljudbaserad app för trygg, säker och personlig röstkommunikation. Målet är att tillgängliggöra roliga och spontana konversationer över hela världen. Open Doors är gratis och tillgänglig globalt och har lanserats såväl på iOS som Android.



## ANDRA KVARTALET 2022

# Stark affärsmässig och finansiell utveckling

När det blivit dags att summera årets andra kvartal kan jag konstatera att vår affär fortsätter att utvecklas mycket positivt. Efterfrågan för våra tjänster ökar globalt och genomsnittligt antal månatliga aktiva användare ökade med knappt 42 miljoner jämfört med föregående år och uppgår nu till 321,4 miljoner (279,6). För andra kvartalet i rad var vi en av världens tjugo mest nedladdade appar. Även finansiellt utvecklades vi fortsatt starkt under andra kvartalet. Vår nettoomsättning fördubblades till 480 Mkr med en justerad EBITDA-marginal på 45,5 procent. Samtliga tre intäktsströmmar, annonser, vårt B2B-erbjudande Truecaller for Business och prenumerationer bidrog till omsättningsökningen. Vi fortsätter att ha ett starkt kassaflöde och vi har drygt 2,2 miljarder tillgängliga för investeringar vilket ger goda möjligheter att agera aktivt om attraktiva möjligheter uppstår. Vi grundade Truecaller under finanskrisen 2009 och har sett hur marknadssentimentet snabbt kan växla och då är det viktigt att företaget besitter en god lönsamhet, en stark kassaposition och har ett starkt kassaflöde. Där är vi idag och det är något jag är väldigt stolt över och det är under tider som dessa som ännu fler möjligheter skapas som vi kommer att ta vara på. Vi införde under andra kvartalet även möjligheten att köpa tillbaka våra egna aktier som ytterligare ett potentiellt verktyg i vår verktygslåda framöver.

Sedan börsnoteringen i oktober 2021 så har vi kunnat redovisa en hög användar- och intäktstillväxt kombinerad med en god lönsamhet och ett starkt kassaflöde. Grunden för att ha lyckats med det är att ha en riktigt bra produkt som uppskattas av våra användare. Jag är därför också extra stolt över att vi under kvartalet nådde en ny rekordnotering i våra kundundersökningar (NPS) i Indien vilket bekräftar vår position som ett av landets mest omtyckta varumärken. Vi fortsätter arbetet med att utveckla våra tjänster, vilket i kombination med en fortsatt positiv trend i antalet smartphoneanvändare skapar förutsättningar för fortsatt stabil och lönsam tillväxt.

Vårt uppdrag är att göra framtidens kommunikation smartare, tryggare och effektivare. Det når vi genom att ständigt utveckla vår produkt, introducera nya funktioner som ökar användarvänligheten och förbättra erbjudandet till både konsumenter och till företag som vill bli effektivare i sin kommunikation med sina kunder. I jämförelse med det andra kvartalet 2021 ökade det genomsnittliga antalet månatliga aktiva användare med knappt 42 miljoner (eller 15 procent) till 321,4 miljoner. Vi växer bra i många delar av världen. Den starkaste utvecklingen av antal användare ser vi i Indien, Malaysia, Nigeria, Egypten, Kenya, Sydafrika och Colombia. Den snabbaste relativa tillväxten ser vi i ett antal Syd- och Latinamerikanska länder men också i Sydostasien och Afrika, till exempel i länder som Malaysia, Bangladesh och Sydafrika.

Jag möter ofta uppfattningen att det endast är i Indien vi har "lyckats" på riktigt. Även om Indien är vår i särklass största marknad så är vår produkt global. Några av de andra länder där en stor andel av landets alla smartphone-användare också använder Truecaller är Egypten, Jordanien, Israel, Libanon, Algeriet, Colombia, Ghana, och vi närmar oss snabbt en liknande position i fler länder. Marknader som tillsammans representerar över en miljard människor men med en låg smartphone penetration idag. Vi ser en stor potential att fortsätta växa i såväl befintliga som nya marknader där antalet smartphone-användare förväntas öka kraftigt samtidigt som de problem vi löser för våra kunder också fortsätter att öka.

Vår användartillväxt fortsätter att vara primärt organisk, driven av att vi kan erbjuda en god användarupplevelse genom en god träffsäkerhet då vi identifierar vilka som kontakter våra användare. I marknader där vår databas ännu inte nått den nivå där träffsäkerheten ännu är lika bra, investerar vi aktivt i användarförvärv på olika annonsplattformar för att "seeda" dessa marknader och bygga upp databasen genom dataanalyser och maskininläring. Vi investerar också i vissa etablerade marknader i brandingsyfte. Detta resulterar i en kontinuerlig expansion av databasen, vilket ökar kvalitén i våra tjänster, och när denna når en viss tröskelnivå, så tar den organiska tillväxten över. De betalda användarförvärven syftar med andra ord till att lägga grunden för en fortsatt, långsiktig, organisk tillväxt, snarare än att påverka användartillväxten på kort sikt.

Nettomsättningstillväxten i det andra kvartalet uppgick till 100 procent och omsättningen uppgick till 480,4 Mkr. Alla våra tre intäcksströmmar ökade och det starkaste bidraget kom från vår annonsaffär som vi fortsätter att utveckla i fortsatt högt tempo. Jämfört med andra kvartalet 2021 ökade intäkterna från annonser med 108 procent. Primärt beror förbättringarna på våra fortsatta satsningarna på att förenkla för partners att använda sig direkt av vår plattform samt optimeringar av annonsutrymmet genom de fortsatta investeringar vi gör i vår AdTech-plattform. Under året kommer vi att utvärdera och testa nya interaktiva och användarvänliga annonsformat. En positiv påverkan i jämförelse med föregående år kom också från ökade annonsintäkter kopplade till den årliga indiska cricketsäsongen (som förra året var uppdelad i två olika perioder, främst i andra respektive tredje kvartalet). Valutaeffekter och lägre intäkter föregående år pga covid-pandemin bidrog också till den starka utvecklingen jämfört med föregående år.

Vårt företagserbjudande, Truecaller for Business, fortsätter att utvecklas starkt och vi ansluter nya företagskunder i en hög takt. Vi har nu kunder i totalt 29 olika geografiska marknader och kunderna kommer från många olika sektorer. Under kvartalet anslöts bland annat globala aktörer som Google, American Express och DHL på den indiska marknaden, Discovery

Bank och Woolworths i Sydafrika samt Foodpanda och Mudah i Malaysia. Vi fortsätter att investera i operationell kapacitet och lösningar för att effektivt serva den växande efterfrågan.

Prenumerationsaffären växer stabilt och vår fortsatta användartillväxt i mer mogna marknader skapar en grund för en framtida tillväxt. Vi fortsätter att utveckla fler funktioner för att förbättra premium-erbjudandet ytterligare. Vår ambition är att vi mot slutet av nästa kvartal ska ha lanserat vår nya iOS-produkt och under andra halvåret ska vi också integrera Truecaller Assistant (efter förvärvet av Call Hero). Det tror vi kommer att skapa bättre förutsättningar för ökad tillväxt över tid. Vår nya iOS-produkt kommer innehålla stora förbättringar och därmed skapa möjligheter på mer iOS-dominerade marknader.

**”Även om Indien är vår i särklass största marknad så är vår produkt global. Några av de andra länder där en stor andel av landets alla smartphone-användare också använder Truecaller är Egypten, Jordanien, Israel, Libanon, Algeriet, Colombia, Ghana och vi närmar vi oss snabbt en liknande position i fler länder. Marknader som tillsammans representerar över en miljard människor men med en låg smartphone penetration idag.”**

Justerad EBITDA uppgick till 218,5 (104,4) Mkr i kvartalet och den justerade EBITDA-marginalen till 45,5 (43,5) procent. Vårt arbete med att utveckla och förbättra AdTech-plattformen, satsningen på vårt företagserbjudande, Truecaller for Business, samt på att öka användarnytta av vår premiumtjänst för en större användarbas skapar förutsättningar för en fortsatt positiv resultatutveckling.

I en orolig omvärld står vi starka med hög lönsamhet och en växande kassa. I en tid som denna när andra företag tvingas göra nedskärningar på grund av olönsamma affärsmodeller känns vårt val att fokusera på lönsam tillväxt mer rätt än någonsin. Vår starka kassa ger oss först och främst trygghet men också många möjligheter för framtida investeringar. Under andra kvartalet fick vi också ett nytt verktyg i form av ett mandat från årsstämman att köpa tillbaka aktier vilket också kan vara ett alternativ för att kunna använda vid eventuella framtida förvärv.

Just nu befinner vi oss i en makroekonomiskt osäker period med hög inflation, stigande räntor och potentiell recession i delar av världen. Det ser dock ut som att utvecklingsländer kommer att utvecklas bättre än västvärlden framöver, och i vår största marknad Indien förväntas BNP under nästa år växa med mellan sex och sju procent. Vi inbillar oss dock inte att vi skulle vara helt opåverkade av kraftiga makroekonomiska förändringar på de marknader vi verkar i, men det har så här långt inte haft någon påverkan på efterfrågan på annonser på vår annonsplattform. Vi fortsätter att fokusera på det vi kan påverka, att förbättra vår annonsplattform. Plattformen fortsätter att vara relevant för många olika typer av annonsörer i

olika marknadssegment vilket gör att vi har inte har ett avgörande beroende av några enskilda kunder. Den indiska annonsmarknaden ligger också ett antal år efter västvärlden när det kommer till andelen digital marknadsföring relativt traditionella medier, men den digitala kanalen vinner mer och mer mark för varje år som går, vilket gynnar oss.

Baserat på vår starka tillväxt skapar den operativa hävstången i vår affär utrymme för ytterligare ökade investeringar de kommande kvartalen i användarförvärv samt varumärkesbyggande aktiviteter, samtidigt som vi upprätthåller en rörelsemarginal i enlighet med våra finansiella mål. Jag ser fortsatt framtiden an med stor tillförsikt.

**Alan Mamedi**

*VD och koncernchef*



# Truecaller i sammandrag

## Kvartalsöversikt finansiella data

### FINANSIELLA NYCKELTAL

| Koncernen, Mkr (om inte annat anges) | 2022<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Nettoomsättning                      | 480,4           | 240,0           | 878,7           | 424,1           | 1 128,9         |
| Bruttoresultat                       | 374,2           | 179,7           | 685,4           | 311,4           | 856,1           |
| Bruttomarginal (%)                   | 77,9%           | 74,8%           | 78,0%           | 73,4%           | 75,8%           |
| Justerad EBITDA                      | 218,5           | 104,4           | 399,8           | 158,6           | 472,5           |
| Justerad EBITDA-marginal (%)         | 45,5%           | 43,5%           | 45,5%           | 37,4%           | 41,9%           |
| Rörelseresultat (EBIT)               | 212,9           | 81,0            | 388,3           | 121,1           | 328,2           |
| Rörelsemarginal (%)                  | 44,3%           | 33,8%           | 44,2%           | 28,5%           | 29,1%           |
| Justerat rörelseresultat (EBIT)      | 212,9           | 100,3           | 388,3           | 150,5           | 455,7           |
| Justerad rörelsemarginal (%)         | 44,3%           | 41,8%           | 44,2%           | 35,5%           | 40,4%           |
| Resultat efter finansiella poster    | 222,1           | 74,7            | 392,2           | 117,5           | 299,7           |
| Eget kapital                         | 1 745,9         | 270,7           | 1 745,9         | 270,7           | 1 411,4         |
| Balansomslutning                     | 2 126,9         | 593,5           | 2 126,9         | 593,5           | 1 692,9         |
| Soliditet (%)                        | 82,1%           | 45,6%           | 82,1%           | 45,6%           | 83,4%           |
| Antal anställda vid periodens slut   | 351             | 266             | 351             | 266             | 306             |

### OPERATIVA NYCKELTAL

| April-juni 2022                                                             | Totalt | Indien | Mellanöstern &<br>Afrika | Övriga världen |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------------------------|----------------|
| Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)       | 321,4  | 235,5  | 62,8                     | 23,1           |
| Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)         | 255,4  | 194,4  | 46,0                     | 15,0           |
| Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)                | 1,49   | 1,41   | 1,64                     | 3,44           |
| Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK) | 8,72   | 5,15   | 10,59                    | 12,53          |

| April-juni 2021*                                                            | Totalt | Indien | Mellanöstern &<br>Afrika | Övriga världen |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------------------------|----------------|
| Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)       | 279,6  | 206,4  | 54,5                     | 18,7           |
| Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)         | 218,2  | 167,3  | 39,0                     | 11,9           |
| Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)                | 1,05   | 0,92   | 1,35                     | 3,26           |
| Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK) | 7,56   | 4,31   | 9,85                     | 12,09          |

\* Historiska jämförelsetal justerades efter mindre justeringar av definitioner och beräkningsätt 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 valgörande ändamål) uteslutits. ARPU beräknas som genomsnittlig intäkt per återkommande premiumprenumerant. Se sid 31 för mer information.

## Januari-juni 2022

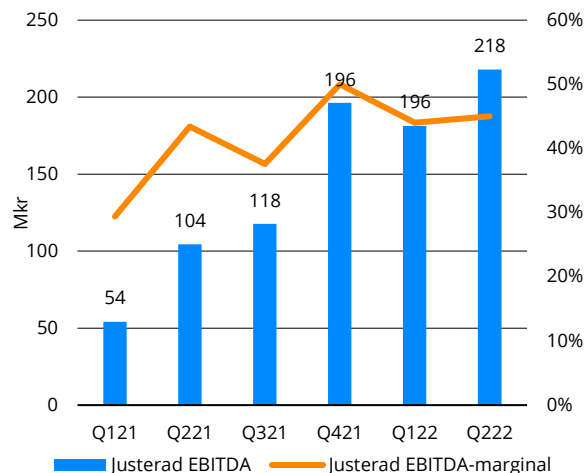
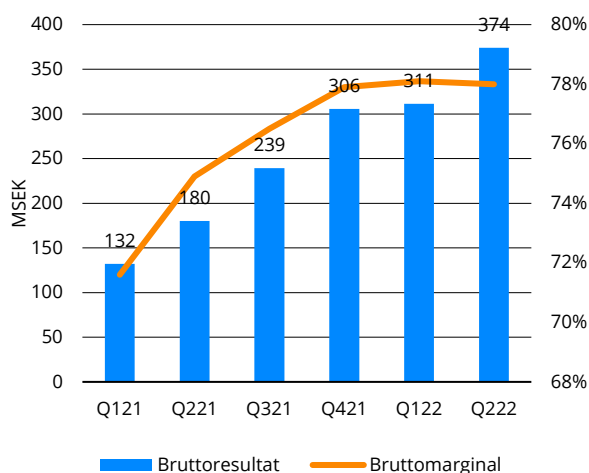
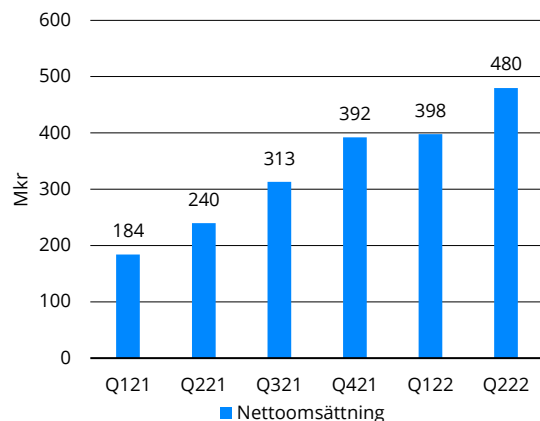
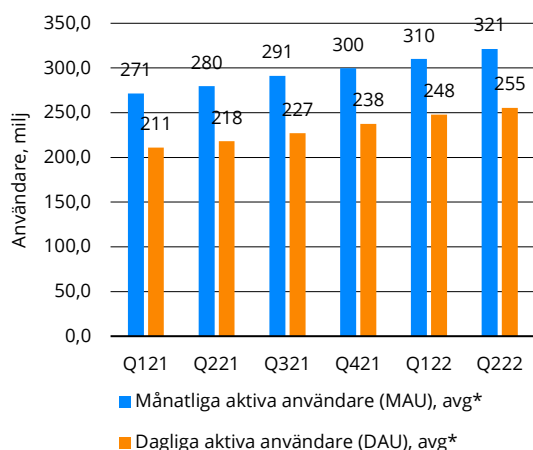
|                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------|
| Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner) |
| Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (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) | 315,8  | 231,7  | 61,5                  | 22,6           |
| Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)   | 251,6  | 191,9  | 45,1                  | 14,6           |
| Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)                | 1,36   | 1,27   | 1,60                  | 3,31           |
| Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)  | 8,39   | 4,82   | 10,35                 | 12,18          |

## Januari-juni 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) | 275,5  | 203,7  | 53,5                  | 18,3           |
| Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)   | 214,6  | 164,8  | 38,2                  | 11,6           |
| Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)                | 0,97   | 0,86   | 1,23                  | 2,81           |
| Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)  | 7,47   | 4,23   | 9,92                  | 12,39          |



\* 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 31 för mer information.



# Finansiell utveckling

## Andra kvartalet (april – juni 2022)

### Intäkter

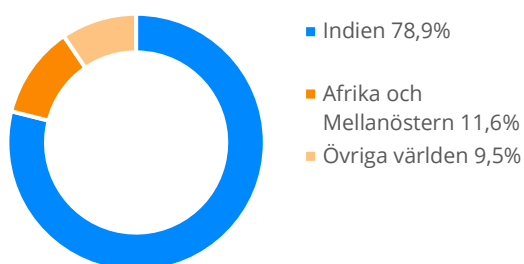
Nettoomsättningen under det andra kvartalet ökade med 100 procent och uppgick till 480,4 (240,0) Mkr. Intäktsökningen beror främst på en stark tillväxt i annonsintäkter, vilket i sin tur är en effekt av en kontinuerlig tillväxt av antalet användare i många olika geografier, i kombination med en fortsatt ökning av annonsintäkterna per användare. Valutaeffekter, ökade annonsintäkter i samband med den indiska cricketsäsongen (IPL) och negativa effekter från covidpandemin på intäkterna under andra kvartalet 2021 bidrog också till den starka procentuella ökningen under kvartalet.

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. 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 130 procent till 378,7 (164,6) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 38 procent till 55,9 (40,5) Mkr och i övriga världen med 31 procent till 45,8 (34,9) Mkr.



### Intäkternas fördelning per tjänst

Annonsintäkterna ökade med 108 procent till 414,2 (198,8) 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 42 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

I samband med den årligt återkommande Indian Premier League (IPL) i cricket ökar efterfrågan för annonsutrymme och därmed priser. På grund av coronavirusets spridning delades IPL under föregående år upp i två perioder, april och september/oktober, medan årets IPL genomfördes samlat under perioden mars-maj. Ökningen av annonsintäkterna jämfört med föregående år hade varit lägre om IPL även förra året genomförts primärt under andra kvartalet. Annonsintäkterna för andra kvartalet 2021 påverkades också negativt av coronavirusets spridning.

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 fortsätter vi att se en kontinuerlig användartillväxt, vilket bidrar till att öka 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 20 procent till 41,4 (34,5) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Den starkaste tillväxten av prenumeration-intäkter har skett på marknader utanför Indien.

Intäkterna från Truecaller for Business uppgick till 23,5 (4,9) 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 finns nu Truecaller for Business i 29 länder. Tjänsterna säljs genom direktförsäljning, genom partners och genom en självbetjäningsportal.

### Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 108 procent till 374,2 (179,7) Mkr, vilket ger en ökning av bruttomarginalen med 3,1 procentenheter till 77,9 (74,8) 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. Annonsintäkterna från Facebook har 100% bruttomarginal då Facebook inte specificera

förmedlingskostnader för annonser. Intäkterna rapporteras därför netto, exklusive sådana kostnader, vilket påverkar den totala bruttomarginalen positivt. 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 andra kvartalet 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.

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.

### Rörelseresultat

Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 218,5 (104,4) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 45,5 (43,5) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till 212,9 (81,0) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 44,3 (33,8) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 212,9 (100,3) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 44,3 (41,8) 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 uppgick till 78,6 (52,8) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ökat antal medarbetare, i kombination med den årliga lönerevisionen. Det långsiktiga incitamentsprogrammet (LTIP2021) som infördes under tredje kvartalet 2021 medförde en lönekostnad för perioden om 3,1 (-) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 0,5 (-) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Det nya långsiktiga incitamentsprogrammet (LTIP2022) som infördes under senare delen av andra kvartalet 2022 medförde en lönekostnad om 2,8 (-) Mkr samt 0,5 (-) Mkr i sociala avgifter. Dessa kostnader har ingen kassaflödespåverkan förrän nya B-aktier ges ut till bolagets anställda, vilket kan ske tidigast 2024. 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 incitamentsprogram, så kommer bolaget att tydligt särredovisa de senare i framtida delårsrapporter. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 1,4%, och varit 46,9%. 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. Ytterligare

kostnader för dessa kommer inte belasta resultatet framgent. Under kvartalet belastades personalkostnaderna med totalt - (8,9) Mkr och finansnettot med - (2,9) Mkr relaterat till detta.

Övriga externa kostnader ökade till 79,2 (42,0) Mkr. Detta är främst en effekt av ökande investeringar i data- och 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 19,3 Mkr. Posterna är hänförliga till förberedelser för börsnotering om 10,4 Mkr samt syntetiska optioner om 8,9 Mkr och ingår i Övriga externa kostnader samt Personalkostnader i resultaträkningen.

### Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 222,1 (74,7) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 172,7 (74,8) Mkr. Finansnettot uppgick till 9,2 (-6,3) Mkr och består av valutakursdifferenser om 11,4 (-2,7) Mkr, räntekostnader om -0,8 (-0,7) Mkr, omvärdering av syntetiska optioner om - (-2,9) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -1,3 (-) Mkr.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,46 (0,34) SEK och efter utspädning till 0,46 (0,21) SEK.

### Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 280,9 (92,9) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -2,5 (0) Mkr och kommer från egenupparbetade immateriella tillgångar. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -4,1 (-3,7) Mkr där inbetalning för deltagande i optionsprogram står för 0,8 (-) Mkr, återbetalning av teckningsoptioner för -0,4 (-) Mkr och amortering av leasingskuld för -4,5 (-3,7) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till 274,3 (89,2) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel uppgående till 1 578,3 (342,7) Mkr. Soliditeten var 82,1 (45,6) procent.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 juni 2022 till 2 126,9 (593,5) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 40,2 (9,9) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformägare uppgick till 97,2 (69,0) 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 fakturer med minimal fördröjning, har resulterat i mycket begränsade kundförluster. Redovisade men ej realiserade kundförluster uppgick den 30

juni 2022 till 1,4 (-) 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 andra kvartalet 2022 aktiverades 3,0 (0,7) 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 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. Ett analysarbete för att få en mer precis kvantifiering av valutaexponeringen pågår.

### 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 kvartalet uppgick till 1,8 (-) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till -7,2 (-) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till -5,7 (-) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2022 till 721,6 (-) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (-) personer anställda i moderbolaget.

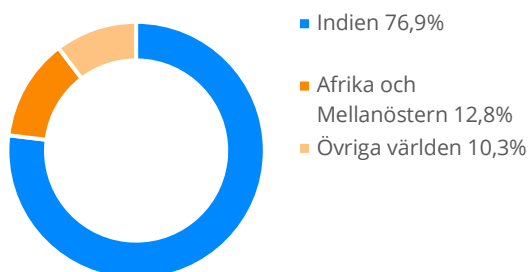
## Januari – juni 2022

### Intäkter

Nettoomsättningen för perioden januari till juni uppgick till 878,7 (424,1) Mkr, en ökning med 107 procent. 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 133 procent till 675,5 (289,9) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 56 procent till 112,2 (71,7) Mkr och i övriga världen med 46 procent till 91,0 (62,5) Mkr.



### Intäkternas fördelning per tjänst

Annonsintäkterna ökade med 119 procent till 753,2 (344,3) Mkr. Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 17 procent till 80,3 (68,5) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Intäkterna från Truecaller for Business uppgick till 41,9 (7,5) Mkr.

### Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 120 procent till 685,4 (311,4) Mkr, vilket ger en ökning av bruttomarginalen med 4,6 procentenheter till 78,0 (73,4) procent. Bruttomarginalens utveckling beskrivs ovan avseende kvartalet.

### Rörelseresultat

Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 399,8 (158,6) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 45,5 (37,4) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till 388,3 (121,1) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 44,2 (28,5) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 388,3 (150,5) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 44,2 (35,5) procent.

Personalkostnaderna uppgick till 137,3 (103,6) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ett ökande antal medarbetare, i kombination med årliga lönejusteringar. Det långsiktiga incitamentsprogrammet (LTIP2021) som infördes under tredje kvartalet 2021 medförde en lönekostnad för perioden om 6,6 (-) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 0,5 (-) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Det nya långsiktiga incitamentsprogrammet (LTIP2022) som infördes mot slutet av under andra kvartalet 2022 medförde en lönekostnad om 2,8 (-) Mkr samt 0,5 (-) Mkr i sociala avgifter. Se mer info i not 6.

I kostnaderna har det historiskt ingått kostnader för syntetiska personalooptioner som uppkom i samband med förvärvet av Backwater Technologies Private Limited 2019. Ytterligare kostnader för dessa kommer inte belasta resultatet framgent. Under kvartalet belastades personalkostnaderna med totalt - (14,6) Mkr och finansnettot med - (4,4) Mkr relaterat till detta.

Övriga externa kostnader uppgick till 152,6 (79,3) Mkr. Detta är främst en effekt av ökande investeringar i data- och 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 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 29,4 Mkr. Posterna är hänförliga till förberedelser för börsnotering om 14,8 Mkr samt syntetiska optioner om 14,6 Mkr och ingår i Övriga externa kostnader samt Personalkostnader i resultaträkningen.

### Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 392,2 (117,5) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 306,4 (117,6) Mkr. Finansnettot uppgår till 3,9 (-3,5) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser om 12,3 (2,3) Mkr, räntekostnader om -5,8 (-1,5) Mkr, omvärdering av syntetiska optioner om - (-4,4) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -2,6 (-) Mkr.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,82 (0,54) SEK och efter utspädning till 0,82 (0,33) SEK.

### Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 402,4 (146,9) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -31,6 (0) Mkr och påverkas primärt av förvärvet av Call-Hero samt investeringar i egenupparbetade immateriella tillgångar. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -32,8 (0,4) Mkr där inbetalning för deltagande i optionsprogram står för 0,8 (-) Mkr, återbetalning av teckningsoptioner står för -0,7 (-) Mkr, utbetalning av syntetiska optioner för -23,1 (-) Mkr och amortering av leasingskuld för -9,7 (-7,4) Mkr. I jämförelseperioden skedde även en nyemission som bidrog med 7,8 Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till 338,0 (147,2) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel uppgående till 1 578,3 (342,7) Mkr. Soliditeten var 82,1 (45,6) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500 (0) Mkr. Krediten var outnyttjad per balansdagen.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 30 juni 2022 till 2 126,9 (593,5) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

### Personal

Antalet anställda vid periodens slut var 351 (266). Genomsnittligt antal anställda under perioden januari till juni var 329 (254). 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 juni har 5,7 (0,9) 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 valutaeffekter hanteras av partners, och kan därmed för närvarande inte med precision kvantifiera denna indirekta valutaexponering. En försvägnings av SEK gentemot bland annat USD och INR har dock positiva effekter på bolagets omsättning och resultat. Ett analysarbete för att få en mer precis kvantifiering av valutaexponeringen pågår.

### 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.

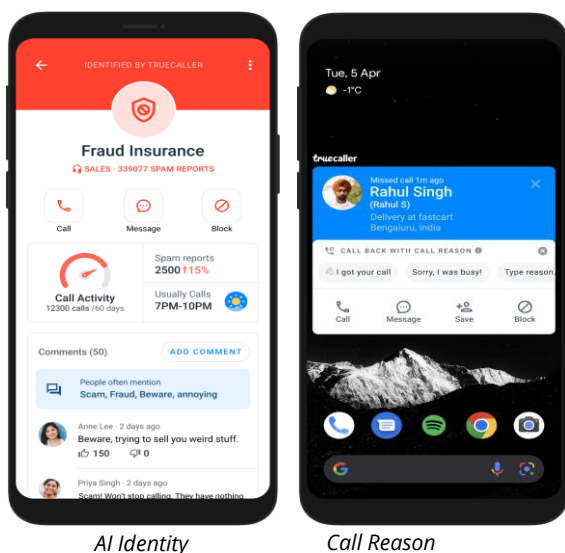
Moderbolagets intäkter för perioden uppgick till 2,9 (-) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till -12,6 (-) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till -10,0 (-) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2022 till 721,7 (-) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (-) personer anställda i moderbolaget.



# Produktuppdatering

## Förbättring av huvudprodukten

Truecaller fortsätter att utveckla sin huvudprodukt för att ge användare en smartare, säkrare och mer effektiv kommunikationsupplevelse. Den nya design av appen som lanserades i den senaste versionen för Android ger ökade möjligheter för användare att lämna återkoppling på okända nummer i form av bland annat kommentarer. Initiativet har ökat engagemanget och över 30 miljoner återkopplingar har gjorts av Truecallers användare. För att ytterligare bygga på den feedbacken har Truecaller under andra kvartalet utvecklat AI-modeller för att kunna ge intelligenta insikter och erbjuda mer kontext kring ett telefonnummer. Under första kvartalet lanserades Truecallers uppdaterade hemsida som innehöll en förbättrad sökfunktion som ger motsvarande återkopplingsmöjligheter som på Androidtelefoner.



Truecaller fortsätter att förbättra prestandan i appen. Under andra kvartalet implementerades ett antal tekniska förbättringar vilket gör appen smidigare och minskar batteriåtgången. Ringfunktionaliteten uppgraderades vilket resulterade i upp till 13 gånger snabbare laddning av samtalsloggar och fem gångers ökning av antalet samtalsloggar som stöds. Under kvartalet gjordes också förbättringar av befintliga funktioner vilket gör det lättare för användare att använda tjänsterna "Call reason" och "Truecaller Voice" (IP-telefoni). "Call Reason" har förklats för att göra det mycket lättare för användare att ge mer kontext till anledningen att de ringer. Användare kan nu direkt välja ett standardmeddelande eller själv skapa ett skraddarsytt meddelande innan person som de ringer svarar. "Truecaller Voice" har förbättrats och fått en egen flik så att användare enklare kan se vilka kontakter som är uppkopplade och har möjlighet att prata på IP-telefoniplattformen.

Förbättringarna av meddelandefunktionerna som lanserades under första kvartalet har väckt ett stort intresse vilket resulterat i ett ökat användande av meddelandefunktionerna. Ett antal

nya meddelande och SMS-funktioner introducerades även under andra kvartalet. För användare som vill ha ett extra skydd för till exempel meddelanden som innehåller personlig information eller annan känslig information finns nu ett alternativ att aktivera ett "Passcode Lock" för meddelanden. "Passcode lock" är enkelt att aktivera och stödjer biometrisk autentisering om den funktionalitet finns på användarens telefon. Sökupplevelsen i funktionen "Smart SMS" har förbättrats så att sökresultaten presenteras i ett format som är lätt att läsa med den mest relevanta informationen, som förenklar för användaren att hitta det den söker efter. Truecaller har också gjort förbättringar som förenklar för användare att utnyttja rabattkuponger som skickats som SMS vilket är en väldigt populär marknadsföringskanal för företag i utvecklingsländer.

Under kvartalet har också förbättringar av "onboarding"-flödet för nya användare färdigställts. Flödet för nya användare ska förbättra konverteringen för att få nya användare att stanna som kunder längre. Flödet ger också mer information anpassat för den lokala marknaden som användaren befinner sig på och innehåller mer tips om hur man får ut det mesta av appen och innehåller även information som belyser hur högt Truecaller värderar användarnas integritet.

## Investeringar i premiumerbjudandet och upplevelsen av Truecaller på iPhone

Under andra kvartalet lanserade Truecaller "Instant Messaging Caller ID" en ny funktion tillgänglig för premiumanvändare på Androidtelefoner. Funktionen ger Truecaller möjlighet att identifiera okända nummer från olika meddelandeplattformar vilket utökar Truecallers förmåga utanför Truecallers ekosystem. För att addera ytterligare värde för premiumanvändare utvecklades en dedikerad supportkanal och chatbot exklusivt för premiumanvändare på Android vilket hjälper dem att få support ännu snabbare. Chattsupporten har lanserats i Indien och kommer framöver att rullas ut till fler marknader.

Truecallers utveckling av en ny iPhone-produkt för att kunna erbjuda en helt ny upplevelse på iOS-system tog stora steg under kvartalet. "Truecaller för Iphone" som har byggts upp från grunden med den senaste teknologin planeras att lanseras mot slutet av det tredje kvartalet. iPhone-upplevelsen kommer erbjuda en helt ny design och betydligt bättre användarupplevelse vilket inkluderar en smidigare sökupplevelse och "Caller ID"-funktionalitet som är betydligt mer lik upplevelsen på Android. Den uppgraderade appen kommer också ge en ny premium upplevelse på iPhone som supporterar flera olika möjliga betalplaner och kommer inkludera tjänsten "Truecaller Assistant".

Integrationen av "Truecaller Assistant", som är ett nytt erbjudande som möjliggjordes genom köpet av Call Hero i första kvartalet, har fortsatt enligt plan och kommer att lanseras i utvalda marknader under andra halvåret. "Truecaller Assistant" är en digital assistenttjänst som kommer vara tillgänglig såväl på iOS som Android som automatiskt svarar på samtal, filtrerar bort spam och visar den som blir uppringd vad den som ringer

vill i realtid. Tjänsten möjliggörs genom molntelefoni och förväntas bli ett bra tillskott till Truecallers premiumerbjudande.

## Fortsatta investeringar i AdTech

Truecaller fortsatte att investera och förbättra annonsaffären med huvudfokus på tre delar, att tillgängliggöra utbud med kvalitet, att tillhandahålla annonsmöjligheter med hög kvalitet och kvantitet och att effektivt kunna matcha utbud och efterfrågan för att ge bra avkastning till efterfrågepartners (demand partners) och skapa en bra avkastning till Truecaller.

På efterfrågesidan fortsatte Truecaller att förbättra möjligheterna att arbeta med många olika typer av efterfrågepartners genom att stödja olika tekniska integrationsverktyg (t.ex. S2S API, OpenRTB, SDK, Tags), vilket säkerställer ett stort utbud av relevanta annonskampanjer. Truecaller fortsätter att ansluta globala och regionala partners för att förbättra möjligheterna att fylla de annonsmöjligheter som finns. Anslutningarna som har gjorts under de senaste kvartalen skapar framförallt förbättrade intjäningsmöjligheter i marknader utanför Indien.

På utbudssidan fortsätter Truecaller att utveckla samarbetet med våra efterfrågepartners för att testa mer innovativa prestationsdrivna annonsenheter som kan skapa ett användarvänligt engagemang för att öka värdet för annonsörer. Investeringarna som har gjorts i analysverktyg har börjat ge mer insikter som gör det möjligt för Truecaller att skapa annonsmöjligheter som ytterligare förbättrar KPI:er för våra annonsörer. Insatser har också gjorts för att bättre kunna utnyttja annonsmöjligheter i scenarion med låg eller ingen uppkoppling.

I tillägg till initiativen på utbuds- och efterfrågesidan så har Truecaller också arbetat med att matcha utbud och efterfrågan för att driva intäkter och skapa avkastning för annonspartners. För att uppnå det har fokus varit att förbättra kapaciteten att stötta många olika typer av tekniska integrationer, investera i en datastyrd efterfrågehantering, trafikövervakning och ständig förbättringar av verktygen för annonsauktioner. När det kommer till programmatiska tredjepartspartners erbjuder nu Truecaller möjligheten att anslutas virtuellt oavsett vilken typ av integrationspreferens och vilken geografi partnern är stark i. Truecaller fortsätter vidare att investera i avancerade analys- och maskinlärningsmodeller för att öka kunskapen om användare baserat på olika signaler kring hur de använder vår produkt och interagerar med annonser. Det hjälper oss att förbättra riktad marknadsföring och prissättning för att ytterligare optimera olika delar av vår annonsaffär.

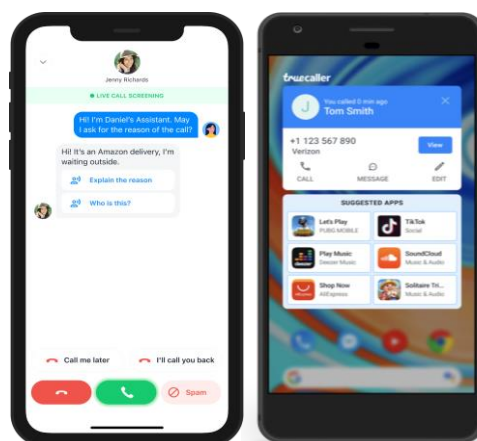
Truecallers annonsörer är väl diversifierade där det kommer till branscher vilket visar på mångsidigheten i vår annonsplattform och att användningsområdet är brett för många olika bransch-vertikaler.

Truecaller fortsätter också att bredda sin produkt för att fungera väl i många olika delar av marknadsföringstratten (marketing funnel) vilket ytterligare ökar den adresserbara marknaden av annonsörer.

## Fortsatt utveckling av Truecaller for Business

Efterfrågan för Truecaller for Business (TfB) fortsätter att växa, och blandningen av företagskunder från många olika sektorer visar vilket stort användningsområde det finns för våra tjänster. Exempel på kunder som skrev avtal med oss under andra kvartalet inkluderade globala varumärken som vill ta nytta av vår starka position i Indien som till exempel Google, American Express och DHL Express. Efterfrågan för våra företagslösningar växte också i marknader utanför Indien som Sydafrika, Egypten, Israel och Malaysia. Även här är efterfrågan stor i många olika sektorer med särskilt intresse från starka lokala varumärken inom finansiella tjänster, fastigheter och e-handel, för att nämna några sektorer.

Under andra kvartalet förbättrades TfB's engagemang med företagskunder väsentligt. Även om TfB är den senaste affärsgruppen för Truecaller så är det en tydlig trend att antalet kunder som ingår längre avtal med Truecaller ökar vilket visar att erbjudandet tillför ett långsiktigt värde för våra företagskunder.



Truecaller Assistant

Ads

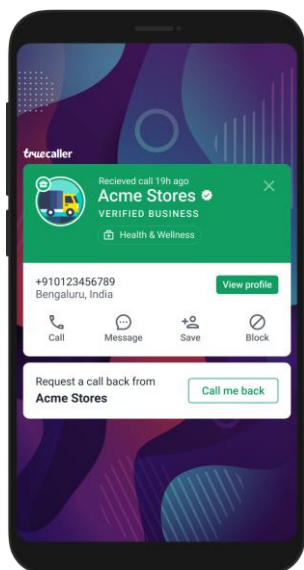
Truecaller fortsätter att undersöka nya användningsområden och utveckla fler tjänster i tillägg till grunderbjudandet för företag. Återförsäljningspartnerskapet för affärsmeddelanden med Tanla lanserades under kvartalet. Under första månaden levererades miljontals snabbmeddelanden från företag och volymen förväntas öka succesivt under året.

Truecaller "Early Access program", som var ett nytt initiativ under första kvartalet, ger deltagande företag möjlighet att testa nya erbjudanden i ett tidigt stadie. Programmet har visat sig ha stor potential som en inkubator för nya kommersiella möjligheter. Efter det starka intresset från användare av tjänsten "Video Caller ID", så har tjänsten testats för olika användningsområden inom programmet och över 50 företag har testat tjänsten. Även andra relevanta erbjudanden testas i programmet och initiativet har redan adderat värde till både kundupplevelsen och produktutvecklingsprocessen. Ytterligare ett exempel är tjänsten "Call Me Back" som har utvecklats efter önskemål från företag som är med i "Early Access programmet" och nästan 100 bolag har anslutit sig till tjänsten.

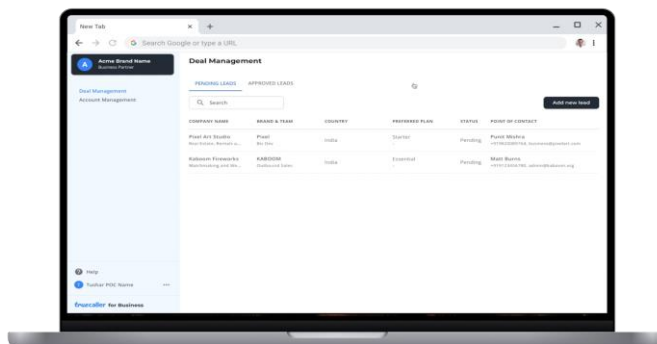
Truecaller fortsätter också att investera i att förbättra kapaciteten för att effektivt kunna hantera den ökande efterfrågan för företagserbjudandet. Truecaller utvecklade och lanserade

bland annat ytterligare tjänster inom återförsäljarportalen som ger återförsäljare större möjligheter att genomföra en större del av affärskedjan när nya kunder ansluts. I tillägg till detta

investerade också Truecaller i automatiska kunskapsstöd för marknadsanalys vilket effektiviserar nyförsäljningsprocessen.



*Call Me Back*



*Reseller portal*

# Övrig information

## Årsstämma 2022

Tisdagen den 24 maj 2022 hölls Truecallers årsstämma i Stockholm. Bland besluten som fattades var bland annat

- Fastställande av resultat- och balansräkningar
- Att ingen vinstutdelning skulle ske för 2021
- Styrelsen omvaldes i sin helhet
- Styrelsen bemyndigades att besluta om nyemissioner av B-aktier motsvarande maximalt 10 procents utspädning
- Styrelsen bemyndigades även att återköpa B-aktier motsvarande maximalt 5 procent av det totala antalet aktier
- Att inrätta ett långsiktigt incitamentsprogram (LTIP 2022), bestående av ett långsiktigt aktieprogram samt två teckningsoptionsprogram. Se not 6 för mer information.

Den fullständiga kommunikén och all information om årsstämman finns tillgänglig på [corporate.truecaller.com](https://corporate.truecaller.com).

## 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.

## Påverkan av Covid-19

Bolaget bedömer att verksamheten kommer att kunna bedrivas effektivt även vid den ökade smittspridning som för närvarande syns ibland annat Europa och att behovet av att kommunicera människor och företag emellan är fortsatt stort, även i ett scenario med en fortsatt smittspridning i Indien och andra marknader där bolaget har många användare.

## 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.

## Kommande rapporttillfällen

Delårsrapport, januari – september 2022: 11 november 2022

Bokslutskommuniké januari-december 2022: 22 februari 2023

## Kontaktuppgifter

Alan Mamedi, CEO

E-post: [alan.mamedi@truecaller.com](mailto:alan.mamedi@truecaller.com)

Odd Bolin, CFO

Tel: +46 70 428 31 73

E-post: [odd.bolin@truecaller.com](mailto:odd.bolin@truecaller.com)

Andreas Frid, Head of IR & Communication

Tel: +46 705 29 08 00

E-post: [andreas.frid@truecaller.com](mailto:andreas.frid@truecaller.com)

### Revisors granskning

Denna delårsrapport har ej 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 22 juli 2022 kl. 07.30 CEST.*



# Rapport över resultat i sammandrag koncernen

| Belopp i Tkr                                              | Not | 2022<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec |
|-----------------------------------------------------------|-----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Nettoomsättning                                           | 3   | 480 363         | 240 037         | 878 663         | 424 078         | 1 128 888       |
| Övriga intäkter                                           |     | 14              | -242            | 23              | 114             | 2 738           |
| Aktiverat arbete för egen räkning                         |     | 2 091           | 558             | 4 336           | 558             | 1 045           |
| Förmedlingskostnader                                      |     | -106 177        | -60 372         | -193 227        | -112 679        | -272 807        |
| Övriga externa kostnader                                  |     | -79 191         | -42 020         | -152 621        | -79 267         | -248 049        |
| Personalkostnader                                         |     | -78 646         | -52 849         | -137 347        | -103 579        | -266 752        |
| Av- och nedskrivningar                                    |     | -5 554          | -4 072          | -11 481         | -8 161          | -16 844         |
| <b>Rörelseresultat</b>                                    |     | <b>212 900</b>  | <b>81 039</b>   | <b>388 346</b>  | <b>121 064</b>  | <b>328 219</b>  |
| Finansnetto                                               |     | 9 245           | -6 318          | 3 866           | -3 547          | -28 511         |
| <b>Resultat efter finansiella poster</b>                  |     | <b>222 145</b>  | <b>74 721</b>   | <b>392 212</b>  | <b>117 517</b>  | <b>299 708</b>  |
| Skatt                                                     |     | -49 444         | 62              | -85 816         | 106             | -41 398         |
| <b>Periodens resultat <sup>1)</sup></b>                   |     | <b>172 701</b>  | <b>74 783</b>   | <b>306 396</b>  | <b>117 622</b>  | <b>258 310</b>  |
| <b>Resultat per aktie <sup>2)</sup></b>                   |     |                 |                 |                 |                 |                 |
| Resultat per aktie före utspädning (kr)                   |     | 0,46            | 0,34            | 0,82            | 0,54            | 1,01            |
| Resultat per aktie efter utspädning (kr)                  |     | 0,46            | 0,21            | 0,82            | 0,33            | 0,72            |
| Genomsnittligt antal aktier före utspädning <sup>3)</sup> |     | 373 959 710     | 218 374 400     | 373 829 040     | 218 374 400     | 254 718 955     |
| Genomsnittligt antal aktier efter utspädning              |     | 374 108 866     | 355 806 300     | 374 805 085     | 355 806 300     | 357 708 466     |

<sup>1)</sup> Periodens resultat är i sin helhet hänförligt till moderföretagets aktieägare.

<sup>2)</sup> Vid en extra bolagsstämma den 22 juli 2021 beslutades att genomföra en apportemission där en aktie i True Software Scandinavia AB berättigade till tecknande av 100 aktier i Truecaller AB. Betalning skedde genom apport av aktier i True Software Scandinavia AB, varigenom Truecaller AB också förvärvade True Software Scandinavia AB. Till följd av det ökade antalet aktier har resultat per aktie från tidigare perioder justerats ner, genom att det historiska antalet aktier justerats upp, för att göra resultat per aktie jämförbart över tid.

<sup>3)</sup> 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<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec |
|-------------------------------------------------------------------|-----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Periodens resultat                                                |     | 172 701         | 74 783          | 306 396         | 117 622         | 258 310         |
| <b>Övrigt totalresultat för perioden</b>                          |     |                 |                 |                 |                 |                 |
| <i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>      |     |                 |                 |                 |                 |                 |
| Omräkningsdifferens                                               |     | 897             | 1 364           | 595             | -989            | -1 529          |
| <i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i> |     |                 |                 |                 |                 |                 |
| Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner                     |     | -               | -               | -               | -               | -89             |
| <b>Övrigt totalresultat för perioden</b>                          |     | <b>897</b>      | <b>1 364</b>    | <b>595</b>      | <b>-989</b>     | <b>-1 618</b>   |
| <b>Totalresultat för perioden <sup>1)</sup></b>                   |     | <b>173 598</b>  | <b>76 146</b>   | <b>306 992</b>  | <b>116 634</b>  | <b>256 692</b>  |

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

# Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

| Belopp i Tkr                                            | Not | 2022<br>30 jun   | 2021<br>30 jun | 2021<br>31 dec   |
|---------------------------------------------------------|-----|------------------|----------------|------------------|
| <b>TILLGÅNGAR</b>                                       |     |                  |                |                  |
| <b>Anläggningstillgångar</b>                            |     |                  |                |                  |
| Goodwill                                                |     | 34 367           | -              | -                |
| Övriga immateriella tillgångar                          |     | 16 340           | 731            | 1 350            |
| Materiella anläggningstillgångar                        |     | 1 721            | 1 311          | 1 429            |
| Nyttjanderättstillgångar                                |     | 84 980           | 91 987         | 86 196           |
| Uppskjuten skattefordran                                |     | 41 261           | 58 388         | 35 077           |
| Andra långfristiga fordringar                           | 4   | 17 704           | 444            | 999              |
| <b>Summa anläggningstillgångar</b>                      |     | <b>196 373</b>   | <b>152 861</b> | <b>125 051</b>   |
| <b>Omsättningstillgångar</b>                            |     |                  |                |                  |
| Kortfristiga fordringar                                 | 4   | 203 704          | 97 958         | 179 336          |
| Kortfristiga placeringar                                | 4   | 148 553          | -              | 150 066          |
| Likvida medel                                           | 4   | 1 578 285        | 342 704        | 1 238 443        |
| <b>Summa omsättningstillgångar</b>                      |     | <b>1 930 542</b> | <b>440 662</b> | <b>1 567 845</b> |
| <b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>                                 |     | <b>2 126 915</b> | <b>593 523</b> | <b>1 692 896</b> |
| <b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>                         |     |                  |                |                  |
| <b>Eget kapital</b>                                     |     |                  |                |                  |
| Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare |     | 1 745 931        | 270 702        | 1 411 410        |
| <b>Summa eget kapital</b>                               |     | <b>1 745 931</b> | <b>270 702</b> | <b>1 411 410</b> |
| <b>Långfristiga skulder</b>                             |     |                  |                |                  |
| Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner           |     | 5 111            | 3 285          | 4 538            |
| Leasingskulder                                          |     | 71 848           | 79 070         | 72 393           |
| Uppskjuten skatteskuld                                  |     | 19 887           | 19 832         | 18 030           |
| Övriga långfristiga skulder                             | 4   | 12 975           | -              | -                |
| <b>Summa långfristiga skulder</b>                       |     | <b>109 821</b>   | <b>102 187</b> | <b>94 961</b>    |
| <b>Kortfristiga skulder</b>                             |     |                  |                |                  |
| Skuld avseende syntetiska optioner                      | 4   | -                | 110 032        | 22 509           |
| Leasingskulder                                          |     | 12 009           | 14 618         | 15 985           |
| Övriga kortfristiga skulder                             | 4   | 259 153          | 95 984         | 148 030          |
| <b>Summa kortfristiga skulder</b>                       |     | <b>271 163</b>   | <b>220 634</b> | <b>186 524</b>   |
| <b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>                   |     | <b>2 126 915</b> | <b>593 523</b> | <b>1 692 896</b> |

# Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

| Belopp i Tkr                                                                        | 2022<br>apr-jun  | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun  | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| <b>Den löpande verksamheten</b>                                                     |                  |                 |                  |                 |                  |
| Resultat efter finansiella poster                                                   | 222 145          | 74 721          | 392 212          | 117 517         | 299 708          |
| Justering för poster som inte ingår i kassaflödet                                   | 741              | 18 378          | 9 433            | 24 741          | 119 545          |
| Betald inkomstskatt                                                                 | -3 735           | -               | -13 858          | -               | -4 717           |
| <b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b> | <b>219 151</b>   | <b>93 099</b>   | <b>387 787</b>   | <b>142 258</b>  | <b>414 536</b>   |
| <b>Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital</b>                               |                  |                 |                  |                 |                  |
| Förändringar av rörelsefordringar                                                   | 8 531            | 1 392           | -26 069          | -18 083         | -97 183          |
| Förändringar av rörelseskulder                                                      | 53 239           | -1 607          | 40 716           | 22 677          | 63 538           |
| <b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>                                     | <b>280 920</b>   | <b>92 884</b>   | <b>402 434</b>   | <b>146 851</b>  | <b>380 891</b>   |
| <b>Investeringsverksamheten</b>                                                     |                  |                 |                  |                 |                  |
| Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel                             | -52              | -               | -26 875          | -               | -                |
| Förvärv av materiella anläggningstillgångar                                         | -523             | -               | -523             | -               | -351             |
| Försäljning av materiella anläggningstillgångar                                     | -                | -               | -                | -               | -                |
| Förvärv av immateriella anläggningstillgångar                                       | -2 985           | -               | -5 745           | -               | -1 470           |
| Investering i kortfristiga placeringar                                              | -                | -               | -                | -               | -150 000         |
| Förändring av finansiella fordringar                                                | 1 052            | -               | 1 513            | -               | -66              |
| <b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>                                     | <b>-2 508</b>    | <b>-</b>        | <b>-31 631</b>   | <b>-</b>        | <b>-151 887</b>  |
| <b>Finansieringsverksamheten</b>                                                    |                  |                 |                  |                 |                  |
| Nyemission                                                                          | -                | 2               | -                | 7 789           | 982 904          |
| Erhållna medel för teckningsoptioner                                                | 772              | -               | 772              | -               | 17 364           |
| Återköp teckningsoptioner                                                           | -345             | -               | -719             | -               | -                |
| Amortering av leasingsskuld                                                         | -4 535           | -3 726          | -9 683           | -7 425          | -15 280          |
| Utbetalning syntetiska optioner                                                     | -                | -               | -23 140          | -               | -172 016         |
| <b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>                                    | <b>-4 108</b>    | <b>-3 723</b>   | <b>-32 770</b>   | <b>365</b>      | <b>812 972</b>   |
| <b>Periodens kassaflöde</b>                                                         | <b>274 304</b>   | <b>89 161</b>   | <b>338 033</b>   | <b>147 215</b>  | <b>1 041 976</b> |
| Likvida medel vid periodens början                                                  | 1 302 180        | 254 374         | 1 238 443        | 195 224         | 195 224          |
| Valutakursdifferens i likvida medel                                                 | 1 801            | -831            | 1 810            | 265             | 1 243            |
| <b>Likvida medel vid periodens slut</b>                                             | <b>1 578 285</b> | <b>342 704</b>  | <b>1 578 285</b> | <b>342 704</b>  | <b>1 238 443</b> |



# Rapport över förändring i eget kapital i sammandrag koncernen

| Belopp i Tkr                              | Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare |                                  |              |                                                                 |                                                                        |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|                                           | Aktie-<br>kapital                                       | Övrigt<br>tillskjutet<br>kapital | Reserver     | Balanserade<br>vinstmedel<br>inklusive<br>periodens<br>resultat | Summa<br>eget kapital<br>hänförligt<br>till moder-<br>företagets ägare |
| <b>Ingående eget kapital 2021-01-01</b>   | <b>353</b>                                              | <b>702 511</b>                   | <b>4 682</b> | <b>-561 612</b>                                                 | <b>145 933</b>                                                         |
| Periodens resultat                        | -                                                       | -                                | -            | 117 622                                                         | 117 622                                                                |
| Övrigt totalresultat för perioden         | -                                                       | -                                | -989         | -                                                               | -989                                                                   |
| <b>Periodens totalresultat</b>            | <b>-</b>                                                | <b>-</b>                         | <b>-989</b>  | <b>117 622</b>                                                  | <b>116 634</b>                                                         |
| <i>Transaktioner med koncernens ägare</i> |                                                         |                                  |              |                                                                 |                                                                        |
| Nyemission efter transaktionskostnader    | 2                                                       | 7 789                            | -            | -                                                               | 7 791                                                                  |
| Aktierelaterad ersättning                 | -                                                       | -                                | -            | 344                                                             | 344                                                                    |
| <b>Summa</b>                              | <b>2</b>                                                | <b>7 789</b>                     | <b>-</b>     | <b>344</b>                                                      | <b>8 134</b>                                                           |
| <b>Utgående eget kapital 2021-06-30</b>   | <b>355</b>                                              | <b>710 300</b>                   | <b>3 693</b> | <b>-443 645</b>                                                 | <b>270 702</b>                                                         |
| <b>Ingående eget kapital 2022-01-01</b>   | <b>747</b>                                              | <b>1 707 864</b>                 | <b>3 153</b> | <b>-300 354</b>                                                 | <b>1 411 410</b>                                                       |
| Periodens resultat                        | -                                                       | -                                | -            | 306 396                                                         | 306 396                                                                |
| Övrigt totalresultat för perioden         | -                                                       | -                                | 595          | -                                                               | 595                                                                    |
| <b>Periodens totalresultat</b>            | <b>-</b>                                                | <b>-</b>                         | <b>595</b>   | <b>306 396</b>                                                  | <b>306 992</b>                                                         |
| <i>Transaktioner med koncernens ägare</i> |                                                         |                                  |              |                                                                 |                                                                        |
| Nyemission                                | 1                                                       | -                                | -            | 18 152                                                          | 18 153                                                                 |
| Teckningsoptioner                         | -                                                       | 53                               | -            | -                                                               | 53                                                                     |
| Aktierelaterad ersättning                 | -                                                       | -                                | -            | 9 324                                                           | 9 324                                                                  |
| <b>Summa</b>                              | <b>1</b>                                                | <b>53</b>                        | <b>-</b>     | <b>27 475</b>                                                   | <b>27 529</b>                                                          |
| <b>Utgående eget kapital 2022-06-30</b>   | <b>748</b>                                              | <b>1 707 918</b>                 | <b>3 748</b> | <b>33 517</b>                                                   | <b>1 745 931</b>                                                       |

# Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

| Belopp i Tkr               | Not | 2022<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun <sup>1)</sup> | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun <sup>1)</sup> | 2021<br>jan-dec <sup>1)</sup> |
|----------------------------|-----|-----------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Rörelsens intäkter         |     | 1 827           | -                             | 2 860           | -                             | 1 318                         |
| Övriga externa kostnader   |     | -3 745          | -                             | -6 751          | -                             | -52 446                       |
| Personalkostnader          |     | -2 898          | -                             | -4 595          | -                             | -2 752                        |
| <b>Rörelseresultat</b>     |     | <b>-4 816</b>   | <b>-</b>                      | <b>-8 486</b>   | <b>-</b>                      | <b>-53 880</b>                |
| Finansnetto                |     | -2 340          | -                             | -4 085          | -                             | -1 733                        |
| <b>Resultat före skatt</b> |     | <b>-7 155</b>   | <b>-</b>                      | <b>-12 571</b>  | <b>-</b>                      | <b>-55 613</b>                |
| Skatt                      |     | 1 473           | -                             | 2 589           | -                             | 11 456                        |
| <b>Periodens resultat</b>  |     | <b>-5 682</b>   | <b>-</b>                      | <b>-9 982</b>   | <b>-</b>                      | <b>-44 157</b>                |

<sup>1)</sup> 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.

# Balansräkning i sammandrag moderföretaget

| Belopp i Tkr                          | Not | 2022<br>30 jun    | 2021<br>30 jun <sup>1)</sup> | 2021<br>31 dec    |
|---------------------------------------|-----|-------------------|------------------------------|-------------------|
| <b>TILLGÅNGAR</b>                     |     |                   |                              |                   |
| <b>Anläggningstillgångar</b>          |     |                   |                              |                   |
| Andelar i koncernföretag              |     | 10 247 177        | -                            | 10 182 046        |
| Uppskjuten skattefordran              |     | 19 114            | -                            | 16 582            |
| <b>Summa anläggningstillgångar</b>    |     | <b>10 266 291</b> | <b>-</b>                     | <b>10 198 628</b> |
| <b>Omsättningstillgångar</b>          |     |                   |                              |                   |
| Kortfristiga fordringar               |     | 14 385            | 25                           | 16 132            |
| Fordringar hos koncernföretag         |     | 4 575             | -                            | 650               |
| Kortfristiga placeringar              |     | 148 553           | -                            | 150 066           |
| Likvida medel                         |     | 721 642           | -                            | 830 776           |
| <b>Summa omsättningstillgångar</b>    |     | <b>889 155</b>    | <b>25</b>                    | <b>997 624</b>    |
| <b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>               |     | <b>11 155 446</b> | <b>25</b>                    | <b>11 196 252</b> |
| <b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>       |     |                   |                              |                   |
| <b>Eget kapital och skulder</b>       |     |                   |                              |                   |
| Eget kapital                          |     | 11 150 759        | 25                           | 11 135 495        |
| Skulder hos koncernföretag            |     | 74                | -                            | 31 509            |
| Kortfristiga skulder                  |     | 4 614             | -                            | 29 249            |
| <b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b> |     | <b>11 155 446</b> | <b>25</b>                    | <b>11 196 252</b> |

<sup>1)</sup> 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.

# 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 nummerupplysning, 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 aporetmission 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 ogravrad.

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.

## 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<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec  |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| <b>Geografisk region</b>              |                 |                 |                 |                 |                  |
| Indien                                | 378 741         | 164 623         | 675 413         | 289 866         | 787 120          |
| Mellanöstern och Afrika               | 55 860          | 40 517          | 112 211         | 71 711          | 184 114          |
| Övriga världen                        | 45 762          | 34 897          | 91 039          | 62 500          | 157 654          |
| <b>Intäkter från avtal med kunder</b> | <b>480 363</b>  | <b>240 037</b>  | <b>878 663</b>  | <b>424 078</b>  | <b>1 128 888</b> |

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

| Belopp i Tkr         | 2022<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Typ av tjänst</b> |                 |                 |                 |                 |                 |
| Annonsintäkter       | 414 247         | 198 837         | 753 202         | 344 339         | 948 925         |

|                                       |                |                |                |                |                  |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| Användarintäkter                      | 41 391         | 34 498         | 80 274         | 68 453         | 138 985          |
| Övriga intäkter                       | 24 725         | 6 702          | 45 187         | 11 286         | 40 978           |
| <b>Intäkter från avtal med kunder</b> | <b>480 363</b> | <b>240 037</b> | <b>878 663</b> | <b>424 078</b> | <b>1 128 888</b> |

## Not 4. Finansiella instrument

### Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2022

| FINANSIELLA TILLGÅNGAR                          | Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen | Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde | Totalt redovisade värden |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Andra långfristiga fordringar                   | -                                                                        | 17 704                                                           | 17 704                   |
| Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare | -                                                                        | 97 222                                                           | 97 222                   |
| Kundfordringar                                  | -                                                                        | 40 159                                                           | 40 159                   |
| Kortfristiga placeringar                        | 148 553                                                                  | -                                                                | 148 553                  |
| Likvida medel                                   | -                                                                        | 1 578 285                                                        | 1 578 285                |
| <b>Totalt</b>                                   | <b>148 553</b>                                                           | <b>1 733 371</b>                                                 | <b>1 881 924</b>         |
| <b>FINANSIELLA SKULDER</b>                      |                                                                          |                                                                  |                          |
| Leverantörsskulder                              | -                                                                        | 38 129                                                           | 38 129                   |
| Villkorad tilläggsköpeskilling                  | 17 998                                                                   | -                                                                | 17 998                   |
| <b>Totalt</b>                                   | <b>17 998</b>                                                            | <b>38 129</b>                                                    | <b>56 127</b>            |

### Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2021

| FINANSIELLA TILLGÅNGAR                          | Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen | Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde | Totalt redovisade värden |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| Andra långfristiga fordringar                   | -                                                                        | 444                                                              | 444                      |
| Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare | -                                                                        | 69 031                                                           | 69 031                   |
| Kundfordringar                                  | -                                                                        | 9 854                                                            | 9 854                    |
| Likvida medel                                   | -                                                                        | 342 704                                                          | 342 704                  |
| <b>Totalt</b>                                   | <b>-</b>                                                                 | <b>422 034</b>                                                   | <b>422 034</b>           |
| <b>FINANSIELLA SKULDER</b>                      |                                                                          |                                                                  |                          |
| Skuld avseende syntetiska optioner              | 110 032                                                                  | -                                                                | 110 032                  |
| Leverantörsskulder                              | -                                                                        | 29 670                                                           | 29 670                   |
| <b>Totalt</b>                                   | <b>110 032</b>                                                           | <b>29 670</b>                                                    | <b>139 702</b>           |



## 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                |
| <b>Totalt</b>                                   | <b>150 066</b>                                                           | <b>1 370 954</b>                                                 | <b>1 521 020</b>         |

| FINANSIELLA SKULDER                |               |               |               |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Skuld avseende syntetiska optioner | 22 509        | -             | 22 509        |
| Leverantörsskulder                 | -             | 39 544        | 39 544        |
| <b>Totalt</b>                      | <b>22 509</b> | <b>39 544</b> | <b>62 053</b> |

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<br>jan - jun | 2021<br>jan - jun | 2021<br>jan - dec |
|----------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ingående balans                        | 150 066           | -                 | -                 |
| Investering kortfristiga placeringar   | -                 | -                 | 150 000           |
| Värdeförändring redovisad i resultatet | -1 513            | -                 | 66                |
| <b>Utgående balans</b>                 | <b>148 553</b>    | <b>-</b>          | <b>150 066</b>    |

### 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<br>jan - jun | 2021<br>jan - jun | 2021<br>jan - dec |
|----------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ingående balans                        | -                 | -                 | -                 |
| Anskaffningsvärde                      | 16 785            | -                 | -                 |
| Värdeförändring redovisad i resultatet | 1 213             | -                 | -                 |
| <b>Utgående balans</b>                 | <b>17 998</b>     | <b>-</b>          | <b>-</b>          |

### 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<br>jan - jun | 2021<br>jan - jun | 2021<br>jan - dec |
|----------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ingående balans                        | 22 509            | 91 019            | 91 019            |
| Utbetalt                               | -23 140           | -                 | -172 016          |
| Värdeförändring redovisad i resultatet | 631               | 19 013            | 103 506           |
| <b>Utgående balans</b>                 | <b>-</b>          | <b>110 032</b>    | <b>22 509</b>     |

## Not 5. Transaktioner med-närstående

Inget att rapportera.

## 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 intäktstillväxt och justerad EBITDA. Koncernen tillämpar IFRS 2 för prestationsbaserade aktierätter där kostnaden värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet och redovisat mot eget kapital. Koncernen redovisar en reserv för upplupna sociala kostnader för programmet baserade på det beräknade för månadsvärdet för deltagarna. På grund av lokala avvikelser är det cirka 57 procent av programmet som ingår i reserven.

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<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec |
|----------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2 | 5,9             | -               | 9,4             | -               | 2,9             |
| Sociala avgifter                             | 1,0             | -               | 1,0             | -               | -               |
| <b>Kostnader för LTIP21 och LTIP22</b>       | <b>6,9</b>      | <b>-</b>        | <b>10,4</b>     | <b>-</b>        | <b>2,9</b>      |

## Not 7. Händelser efter balansdagen

Inget att rapportera.

# 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, 2022-07-22

Bing Gordon  
Styrelseordförande

Alan Mamedi  
Styrelseledamot, VD

Annika Poutiainen  
Styrelseledamot

Helena Svancar  
Styrelseledamot

Nami Zarringhalam  
Styrelseledamot

Shailesh Lakhani  
Styrelseledamot

# 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                         | 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                         | 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.

## AVSTÄMNING AV VALDA NYCKELTAL SOM INTE ÄR DEFINIERADE ENLIGT IFRS

| Koncernen, Tkr                                                      | 2022<br>apr-jun | 2021<br>apr-jun | 2022<br>jan-jun | 2021<br>jan-jun | 2021<br>jan-dec |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Bruttoresultat och bruttomarginal</b>                            |                 |                 |                 |                 |                 |
| Nettoomsättning                                                     | 480 363         | 240 037         | 878 663         | 424 078         | 1 128 888       |
| Minus förmedlingskostnader                                          | -106 177        | -60 372         | -193 227        | -112 679        | -272 807        |
| <b>Bruttoresultat</b>                                               | <b>374 186</b>  | <b>179 665</b>  | <b>685 436</b>  | <b>311 399</b>  | <b>856 081</b>  |
| Dividerat med Nettoomsättning                                       | 480 363         | 240 037         | 878 663         | 424 078         | 1 128 888       |
| <b>Bruttomarginal</b>                                               | <b>77,9%</b>    | <b>74,8%</b>    | <b>78,0%</b>    | <b>73,4%</b>    | <b>75,8%</b>    |
| <b>Justerad EBITDA och justerad EBITDA-marginal</b>                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| Resultat före skatt                                                 | 222 145         | 74 721          | 392 212         | 117 517         | 299 708         |
| Exklusive Finansnetto                                               | -9 245          | 6 318           | -3 866          | 3 547           | 28 511          |
| Exklusive Av- och nedskrivningar                                    | 5 554           | 4 072           | 11 481          | 8 161           | 16 844          |
| <b>EBITDA</b>                                                       | <b>218 454</b>  | <b>85 112</b>   | <b>399 828</b>  | <b>129 225</b>  | <b>345 063</b>  |
| Exklusive Jämförelsestörande poster                                 | -               | 19 287          | -               | 29 404          | 127 443         |
| <b>Justerad EBITDA</b>                                              | <b>218 454</b>  | <b>104 399</b>  | <b>399 828</b>  | <b>158 629</b>  | <b>472 506</b>  |
| Dividerat med Nettoomsättning                                       | 480 363         | 240 037         | 878 663         | 424 078         | 1 128 888       |
| <b>Justerad EBITDA-marginal</b>                                     | <b>45,5%</b>    | <b>43,5%</b>    | <b>45,5%</b>    | <b>37,4%</b>    | <b>41,9%</b>    |
| <b>Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal</b>                   |                 |                 |                 |                 |                 |
| Resultat före skatt                                                 | 222 145         | 74 721          | 392 212         | 117 517         | 299 708         |
| Exklusive Finansnetto                                               | -9 245          | 6 318           | -3 866          | 3 547           | 28 511          |
| <b>Rörelseresultat (EBIT)</b>                                       | <b>212 900</b>  | <b>81 039</b>   | <b>388 346</b>  | <b>121 064</b>  | <b>328 219</b>  |
| Dividerat med Nettoomsättning                                       | 480 363         | 240 037         | 878 663         | 424 078         | 1 128 888       |
| <b>Rörelsemarginal</b>                                              | <b>44,3%</b>    | <b>33,8%</b>    | <b>44,2%</b>    | <b>28,5%</b>    | <b>29,1%</b>    |
| <b>Justerat rörelseresultat (EBIT) och justerat rörelsemarginal</b> |                 |                 |                 |                 |                 |
| Rörelseresultat (EBIT)                                              | 212 900         | 81 039          | 388 346         | 121 064         | 328 219         |
| Exklusive Jämförelsestörande poster                                 | -               | 19 287          | -               | 29 404          | 127 443         |
| <b>Justerat rörelseresultat (EBIT)</b>                              | <b>212 900</b>  | <b>100 326</b>  | <b>388 346</b>  | <b>150 468</b>  | <b>455 662</b>  |
| Dividerat med Nettoomsättning                                       | 480 363         | 240 037         | 878 663         | 424 078         | 1 128 888       |
| <b>Justerat rörelsemarginal</b>                                     | <b>44,3%</b>    | <b>41,8%</b>    | <b>44,2%</b>    | <b>35,5%</b>    | <b>40,4%</b>    |

**Soliditet**

|                                |              |              |              |              |              |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Summa Eget kapital             | 1 745 931    | 270 702      | 1 745 931    | 270 702      | 1 411 410    |
| Dividerat med Summa tillgångar | 2 126 915    | 593 523      | 2 126 915    | 593 523      | 1 692 896    |
| <b>Soliditet</b>               | <b>82,1%</b> | <b>45,6%</b> | <b>82,1%</b> | <b>45,6%</b> | <b>83,4%</b> |

## 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 förfinas möjligheten att analysera Truecallers verksamhet. De historiska jämförelsetalen sräknades 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         |