

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ 2022

januari-december 2022



truecaller

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

Truecaller bokslutskommuniké

Oktober-december 2022 (Q4)

Jämförelsesiffror avser oktober-december 2021

- **Nettoomsättningen** ökade med 13 procent och uppgick till 444,1 (392,2) Mkr.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 135,9 (196,2) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 30,6 (50,0) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 145,7 (198,4) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 32,8 (50,6) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 85,5 (138,3) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,23 (0,38) kr före utspädning och 0,23 (0,37) kr efter utspädning.
- **Resultatet för kvartalet påverkas inte** av några jämförelsestörande poster medan fjärde kvartalet 2021 påverkades med -20,8 Mkr. De jämförelsestörande posterna var då hänförliga till förberedelser för börsnotering om -18,7 Mkr samt syntetiska optioner om -2,1 Mkr.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 13 procent till cirka 338,3 (299,9*) miljoner.
- **Omsättningstillväxten** i Indien uppgick till 11 procent, i Mellanöstern och Afrika till 12 procent och i resten av världen till 25 procent.

Januari-december 2022

Jämförelsesiffror avser januari-december 2021

- **Nettoomsättningen** ökade med 57 procent och uppgick till 1 772,9 (1 128,9) Mkr.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 717,2 (472,5) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 40,5 (41,9) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 747,3 (475,4) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 42,2 (42,1) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 535,2 (258,3) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 1,43 (1,01) kr före utspädning och 1,43 (0,72) kr efter utspädning.
- **Resultatet för perioden påverkas inte** av några jämförelsestörande poster medan samma period föregående år påverkades med -127,4 Mkr. De jämförelsestörande posterna var då hänförliga till förberedelser för börsnotering om -48,7 Mkr samt syntetiska optioner om -78,7 Mkr.
- **Omsättningstillväxten** i Indien uppgick till 68 procent, i Mellanöstern och Afrika till 29 procent och i resten av världen till 34 procent.

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)				
Nettoomsättning	444,1	392,2	1 772,9	1 128,9
Bruttoresultat	333,0	305,7	1 355,2	856,1
Bruttomarginal (%)	75,0%	77,9%	76,4%	75,8%
Justerad EBITDA	135,9	196,2	717,2	472,5
Justerad EBITDA-marginal (%)	30,6%	50,0%	40,5%	41,9%
Rörelseresultat (EBIT)	126,7	170,9	688,5	328,2
Rörelsemarginal (%)	28,5%	43,6%	38,8%	29,1%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	126,7	191,7	688,5	455,7
Justerad rörelsemarginal (%)	28,5%	48,9%	38,8%	40,4%
Resultat efter finansiella poster	109,7	171,2	688,1	299,7
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,23	0,38	1,43	1,01
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,23	0,37	1,43	0,72
Eget kapital	1 804,1	1 411,4	1 804,1	1 411,4
Balansomslutning	2 344,4	1 692,9	2 344,4	1 692,9
Soliditet (%)	77,0%	83,4%	77,0%	83,4%
Antal anställda vid periodens slut	395	306	395	306

Väsentliga händelser under kvartalet

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

- **Under 2022 var Truecaller världens fjortonde mest nedladdade app.** Truecaller fortsätter att vara en av Indiens mest omtyckta appar och under 2022 var Truecaller den näst mest använda appen i Indien i ålderskategorin 18-24 år och den tredje mest använda appen bland män i Indien. Under fjärde kvartalet nådde Truecaller en rekordnotering i kundnöjdhet i Indien.
- **Truecallers annonsplattform effektiviserades ytterligare** vilket möjliggjorde ett stort ökat antal annonsvisningar vilket skapar en större framtida intäktspotential. Truecallers oberoende egna annonsplattform, där annonsutrymme erbjuds till varumärken utan att använda mellanhänder som Google, fortsätter att skala väl och nådde under kvartalet ett nytt all-time-high avseende intäkter. Intäkterna på den egna plattformen mer än tredubblades jämfört med motsvarande period föregående år.
- **Truecallers företagserbjudande fortsatte att utvecklas i snabb takt.** Antalet kunder hade vi årets slut ökat till cirka 1 900 (cirka 1 000) och 80 procent av nya kunder skriver avtal med minst 3 månaders avtalslängd. Antalet kunder fortsätter att växa i såväl Indien som andra delar av världen. Exempel på nya kunder i Indien under kvartalet var Volkswagen, Panasonic och Canara HSBC Life Insurance och utanför Indien var tillväxten särskilt stark inom bank- och finanssektorn med nya kunder som Sanlam Life Insurance (Nigeria), Moneyfellovs (Egypten), Old Mutual (Sydafrika), och Tala (Kenya). Under fjärde kvartalet lanserades bland annat funktionen Business Profile som hjälper företag att engagera sig mer dynamiskt med slutanvändare. Business Profile är helt anpassningsbar, vilket gör att TFB-kunder kan ge mer liv till sina profiler genom att inkludera en beskrivning av deras verksamhet, webbplats eller länkar till sociala medier och varumärkesmedia.
- **Truecaller effektiviserade sitt premiumerbjudande** och nya prisplaner introducerades. En annonsfria plan gjordes tillgänglig för specifika användarsegment och har lett till höga konverteringsfrekvenser, med tidiga indikatorer som tyder på en lovande benägenhet hos användare i dessa segment att uppgradera sina prenumerationer. I december månad uppgraderade mer än 10 procent av annonsfria prenumeranter till mer attraktiva planer. Ett nytt familjeabbonnang, Truecaller Family, som möjliggör för upp till fem användare att dela på en prenumeration lanserades. Abonnemanget finns tillgängligt på Android i hela världen, förutom i USA. Erbjudandet har snabbt blivit populärt och har sedan lanseringen i december visat en stadig tillväxt. Abonnemangsformen är något som efterfrågats av användare då det på många av Truecallers marknader är vanligt att en familjemedlem tar ansvar för att hela familjen får tillgång till olika typer av tjänster.
- **En ny funktion, Government Directory Service ("GDS"), lanserades.** Tjänsten tillhandahåller nummer över centrala och statliga myndigheter, vilket hjälper användare att enkelt få kontakt med regeringen genom tillgång till verifierade kontakter från statliga organ – från nationella hjälptelefonnummer till specifika ministerier. Informationen är hämtad direkt från officiella källor och täcker 20 centrala ministerier och över 23 stater och territorier. Tjänsten innehåller för närvarande mer än 14 000 verifierade regeringsnummer, och Truecaller fortsätter att uppdatera funktionen med fler verifierade nummer över olika myndigheter och delstater.

Övriga väsentliga händelser

- **Truecaller belönades med Googles officiella oberoende säkerhetsemlen** efter att Google granskat Truecallerappens säkerhet. Syftet med granskningen är att ge mer insyn i appars säkerhetsinfrastruktur och omfattar en mängd områden som till exempel integritetskrav, datalagring, säkerhetsarkitektur och kodkvalitet.
- **Truecallers har under kvartalet fortsatt att återköpa B-aktier** i enlighet med mandatet från årsstämman att återköpa upp till 5 procent av aktierna fram till årsstämman i maj 2023. Vid kvartalets slut hade totalt 5,120,204 aktier återköpts till en snittkurs om 36,86 kronor. De återköpta aktierna motsvarar 1,56% av antalet utestående B-aktier.



FJÄRDE KVARTALET 2022

Starkt 2022, trots svagare Q4 påverkat av makroekonomisk osäkerhet

Vårt första år som noterat bolag utvecklades över förväntan. Trots den rådande makroekonomiska osäkerheten så överträffade vi våra finansiella mål och växte vår affär starkt under året. Vi ökade omsättningen för helåret med 57 procent till 1 772,9 (1 128,9) Mkr och justerad EBITDA uppgick till 717,2 (472,5) Mkr, med en EBITDA-marginal om 40,5 (41,9) procent. Kassaflödet från den löpande verksamheten före skattebetalningar uppgick till 764,5 (385,6) Mkr och vid årets slut hade vi drygt 1,7 miljarder kronor tillgängliga för investeringar.

Under fjärde kvartalet fortsatte vi att växa antalet användare, såväl privatpersoner som företagskunder. Under året ökade det genomsnittligt antalet månatliga aktiva användare med 38 miljoner till 338 miljoner, medan vår portfölj av företagskunder växte från 1 000 till cirka 1 900 företag.

Mot slutet av 2022 gick vi successivt in i en mer utmanande makroekonomisk fas. Efter tredje kvartalet kommunicerade vi att annonsörer blivit mer avvaktande med sina marknadsföringsinvesteringar och att det skulle kunna leda till en minskad efterfrågan på annonsmarknaden. Under senare delen av fjärde kvartalet materialiserade det sig också i en minskad efterfrågan på annonsmarknaden, det under en period då säsongseffekter vanligtvis resulterar i större investeringar. Den globala makroekonomiska osäkerheten har framförallt påverkat oss genom en minskad efterfrågan på digital annonsering men har också minskat försäljningen av nya smartphones i världen, vilket till viss del påverkat vår användartillväxt.

Även om vi förväntar oss att det svagare sentimentet kommer att bestå åtminstone under första halvåret 2023, är vårt övergripande fokus att fortsätta bygga en produkt i världsklass för våra användare och företagskunder samt leverera god lönsamhet genom hela konjunkturedgången och samtidigt säkerställa att vi står ännu starkare när efterfrågan ökar igen.

Under fjärde kvartalet ökade vår omsättning med 13 procent och uppgick till 444,1 (392,2) Mkr med en justerad EBITDA-marginal på 30,6 (50,0) procent. Marginalen påverkades som tidigare kommunicerat negativt av de större marknadsföringskampanjer vi genomförde under kvartalet. Exklusive kostnaderna för dessa kampanjer hade EBITDA-marginalen uppgått till cirka 39 procent.

Trots en minskad efterfrågan på digital annonsering lyckades vi öka annonsintäkterna tack vare de förbättringarna vi har genomfört i vår Ad-tech. Annonsintäkterna ökade med 7 procent till 362,3 (338,9) Mkr. Priserna minskade, till följd av generellt lägre efterfrågan, men vi kunde delvis motverka det genom betydligt fler antal annonsvisningar. Volymen av annonser på Truecallers egna annonsplattform, där vi erbjuder vårt annonsutrymme till kunder utan att använda mellanhänder som Google, har ökat kraftigt. Under kvartalet slogs ett nytt rekord avseende intäkter på vår egna plattform och intäkterna mer än tredubblades jämfört med motsvarande period föregående år. Det är en viktig milstolpe i vår ambition att bygga ut vår egen annonsplattform.

Våra prenumerationsintäkter och vårt företagserbjudande fortsätter att växa snabbt. Intäkterna från prenumerationer ökade med 27 procent till 45,1 (35,6) Mkr. Intäkterna ökar främst på grund av en bättre konvertering till prenumerationserbjudandet vilket resulterade i en ökning av antalet prenumarer med 18 procent, vilket är en högre tillväxttakt än vår totala användartillväxt. Tillväxten av prenumarer sker i många marknader och såväl på iOS som Android. I USA började vi erbjuda vår första produkt från vår molntelefoniplattform, den AI-drivna digitala assistenttjänsten Truecaller Assistant. Det är en förbättrad samtalsscreeningslösning för Android och iPhone som automatiskt svarar på samtal, filtrerar spam och visar användaren vad den som ringer vill i realtid. Assistant har fått positiv respons och under 2023 kommer vi successivt lansera den på våra större marknader.

Truecaller for Business fortsätter att utvecklas snabbt med en stark ökning av antalet kunder från många olika branscher och tack vare produkternas betydelse för företagskunders dagliga verksamökar efterfrågan. Intäkterna ökade med 129 procent till 35,0 (15,3) Mkr och det finns nu anslutna kunder i totalt 35 länder. Den högsta tillväxten sker i Indien men vi växer också fort i marknader som Afrika och Mellanöstern.

Vårt genomsnittliga antal månatliga aktiva användare ökade under året med 38 miljoner och uppgick i fjärde kvartalet till 338 miljoner. Vi ökar antalet användare på såväl Android som iOS. Tillväxten av dagligt aktiva användare har varit högre än för månatligt aktiva användare och 80 procent av dem är aktiva på daglig basis. Vi fortsätter att växa antalet iPhone-användare starkt och sedan lanseringen av vår nya app för iPhone i slutet av augusti så har antalet dagliga aktiva användare ökat med mer än 80 procent.

Försäljningen av nya smartphones minskade under andra halvåret 2022, i synnerhet under fjärde kvartalet då den globala marknaden för nya smartphones minskade med 18 procent¹ jämfört med fjärde kvartalet 2021 (-12 procent för helåret 2022). Nedgången påverkar vår användartillväxt något negativt då en del av våra nya användare är sådana som installerar vår app då de köper sin första smartphone, eller när de uppgraderar till en modernare smartphone. Trots dessa förutsättningar fortsatte vi att växa antalet användare med 13 procent jämfört med motsvarande period föregående år.

Problemet med bedrägerier och andra oönskade samtal och meddelanden fortsätter att öka i många länder i takt med att smartphones blir den primära kommunikationskanalen för privatpersoner i deras kommunikation med företag och myndigheter. Det driver ett behov av att kunna kommunicera säkert och effektivt, vilket ökar behovet av våra produkter oavsett den makroekonomiska utvecklingen. Efterfrågan på och behovet av våra tjänster fortsätter att öka globalt och under fjärde kvartalet var Truecaller världens fjortonde mest nedladdade app². Vi fortsätter att vara en av Indiens mest omtyckta appar och under 2022 var vi den näst mest använda appen i Indien i ålderskategorin 18-24 år (efter Instagram) och den tredje mest använda appen bland män (efter Facebook och Instagram)³. Vi är också stolta över att ha slagit rekord i vår kundnöjdhetsmätning i Indien under kvartalet med en NPS-score på 52 (48).

”Efterfrågan på och behovet av våra tjänster fortsätter att öka globalt och under fjärde kvartalet var Truecaller världens fjortonde mest nedladdade app. Vi fortsätter att vara en av Indiens mest omtyckta appar och under 2022 var vi den näst mest använda appen i Indien i ålderskategorin 18-24 år.”

Jag vill också ta tillfället i akt att adressera frågan angående den senaste utvecklingen avseende den indiska telekomregulatorn TRAI:s nummerpresentationsförslag. I januari slutfördes den offentliga konsultationen om ett eventuellt införande av en enkel nätverksbaserad Calling Name Presentation-tjänst (CNAP) i Indien. I svaren från konsultationen är det uppenbart att de operatörer i Indien, som skulle vara ansvariga för att bygga en lösning, själva tvivlar på effektiviteten av en sådan lösning. Vår övertygelse är precis som vi kommunicerat tidigare att den typen av enkel namnpresentationstjänst inte skulle lösa problemen med bedrägeri och spam och därmed inte minska behovet av Truecallers betydligt mer avancerade tjänst. Vi fortsätter arbetet med vår mission att skapa förtroende för kommunikation i samhället genom vår produkt och genom att stödja myndigheterna där vi kan, till exempel genom introduktionen av funktionen Government Services Directory i appen för indiska användare.

Sammanfattningsvis fortsätter vi att arbeta med att utveckla produkter som möter behovet av att kommunicera säkert och effektivt – ett behov som fortsätter att växa, oavsett makroekonomiska förhållanden. Jag är entusiastisk över våra planer för 2023 som inkluderar initiativ för att förbättra Truecaller-appen och vårt erbjudande för att ytterligare öka engagemanget och få våra användare att stanna ännu längre hos oss i såväl nya som etablerade marknader. När det gäller möjligheterna inom B2C-kommunikation för snabbmeddelanden/sms har vi bara skrapat på ytan. Vi ser fram emot 2023 där vi kommer ha ett starkt fokus på våra utvalda strategiska marknader samt på att öka andelen premiumprenumeranter och antalet anslutna företag till Truecaller for Business. Slutligen fortsätter vi att investera i att utveckla vår kärnprodukt för att göra den ännu mer relevant och användbar för att ännu fler människor runt om i världen ska tycka om och använda den.

Alan Mamedi
VD och koncernchef

¹ Enligt statistik från Canalys <https://www.canalys.com/newsroom/global-smartphone-market-2022>

² Enligt statistik från Sensor Tower, <https://sensortower.com/blog/q4-2022-store-intelligence-data-digest>

³ Enligt statistik från Data AI, <https://www.data.ai/en/>

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)				
Nettoomsättning	444,1	392,2	1 772,9	1 128,9
Bruttoresultat	333,0	305,7	1 355,2	856,1
Bruttomarginal (%)	75,0%	77,9%	76,4%	75,8%
Justerad EBITDA	135,9	196,2	717,2	472,5
Justerad EBITDA-marginal (%)	30,6%	50,0%	40,5%	41,9%
Rörelseresultat (EBIT)	126,7	170,9	688,5	328,2
Rörelsemarginal (%)	28,5%	43,6%	38,8%	29,1%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	126,7	191,7	688,5	455,7
Justerat rörelsemarginal (%)	28,5%	48,9%	38,8%	40,4%
Resultat efter finansiella poster	109,7	171,2	688,1	299,7
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,23	0,38	1,43	1,01
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,23	0,37	1,43	0,72
Eget kapital	1 804,1	1 411,4	1 804,1	1 411,4
Balansomslutning	2 344,4	1 692,9	2 344,4	1 692,9
Soliditet (%)	77,0%	83,4%	77,0%	83,4%
Antal anställda vid periodens slut	395	306	395	306

OPERATIVA NYCKELTAL

	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Oktober-december 2022				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	338,3	246,3	67,9	24,1
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)*	271,1	204,6	50,4	16,1
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,10	0,94	1,80	4,74
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,56	4,85	11,13	13,16

	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
Oktober-december 2021				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	299,9	220,6	58,3	21,1
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	237,5	181,8	42,3	13,4
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,34	1,21	1,61	3,12
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,20	5,03	9,66	11,50

Januari-december 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)	325,3	237,8	64,1	23,3
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	258,9	196,6	47,0	15,2
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,27	1,15	1,67	3,82
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)	8,52	4,88	10,71	12,61

Januari-december 2021

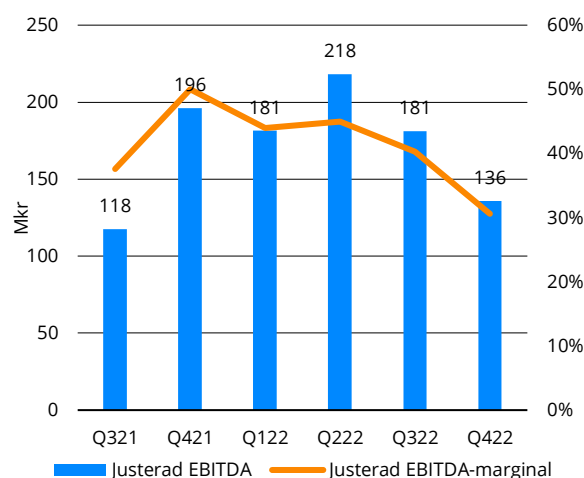
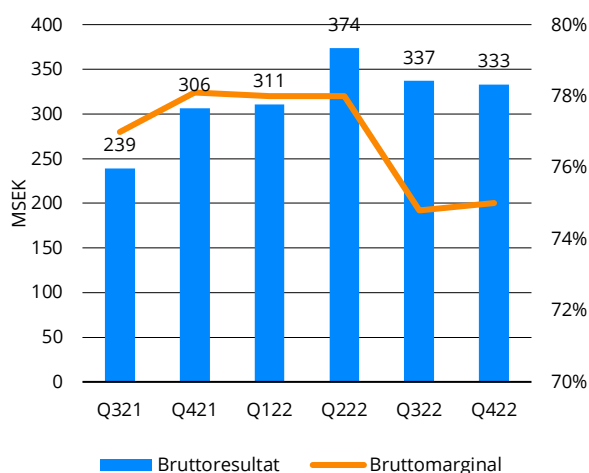
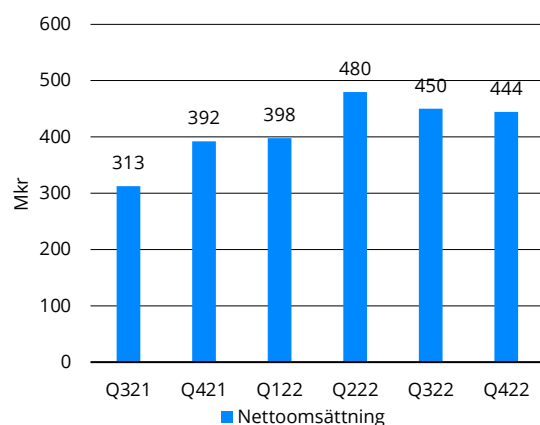
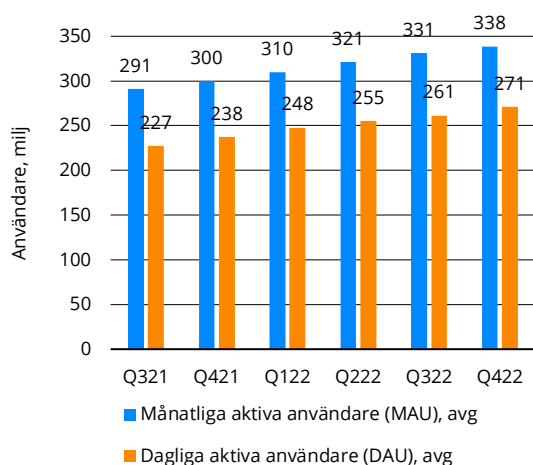
Antal aktiva användare per månad (MAU), genomsnitt över perioden (miljoner)

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)	285,6	210,8	55,4	19,4
Antal aktiva användare per dag (DAU), genomsnitt över perioden (miljoner)	223,5	171,4	39,8	12,3
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,14	1,01	1,46	3,06
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premiumprenumerationer (SEK)	7,85	4,61	9,82	11,97



Finansiell utveckling

Fjärde kvartalet (oktober – december 2022)

Intäkter

Nettoomsättningen under det fjärde kvartalet ökade med 13 procent och uppgick till 444,1 (392,2) Mkr. Intäkterna ökade för samtliga tre intäkts typer: annonser, prenumerationer och företagserbjudandet, Truecaller for Business (TfB). Valutaeffekter bidrog också till intäktsökningen under kvartalet, se Valutaexponering nedan. Övriga intäkter uppgick till 7,5 (2,6) Mkr.

Intäktsstillväxten fortsätter att drivas av en kombination av flera olika faktorer. En viktig sådan faktor är den fortsatta tillväxten i antalet regelbundna användare av Truecallers app. Appen är en av världens mest nedladdade, och användarbasen växer kontinuerligt, i många olika geografier. Bedrägerier och andra oönskade samtal och meddelanden fortsätter att öka i många länder, i takt med att smartphones blir den primära kommunikationskanalen för privatpersoner i deras kommunikation med företag och myndigheter. Detta driver ett behov av att kunna kommunicera säkert och effektivt, vilket gynnar Truecaller.

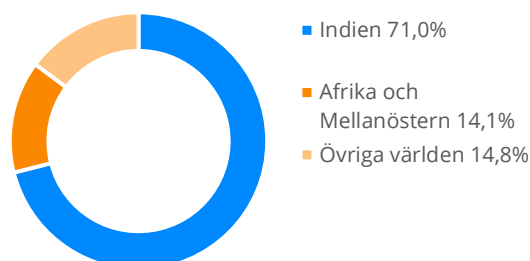
I de marknader där en tillräckligt stor del av användarna av smartphones också är användare av Truecaller, får bolaget en mycket god träffsäkerhet vid identifikationen av vilka som kontaktar användarna av bolagets app, och därigenom goda möjligheter att förhindra bedrägerier och annan oönskad kommunikation. Detta leder till en fortsatt organisk tillväxt av användarbasen, en nätverkseffekt. I marknader där bolaget ännu inte har en tillräckligt omfattande databas för att kunna erbjuda denna träffsäkerhet, investerar Truecaller i användarförvärv genom 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.

Under andra halvåret 2022 minskade nyförsäljningen av smartphones globalt. Detta hade en viss påverkan på tillväxten i antalet månatliga aktiva användare (MAU) av Truecallers app, eftersom många väljer att börja använda appen då de skaffar sin första smartphone, eller byter till en modernare version.

För att underlätta för nya smartphone-användare att dra nytta av Truecallers tjänster så har bolaget 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 andel telefoner med Truecaller förinstallerad nått slutanvändare. Utrullningen bedöms ha försenats på grund av den makroekonomiska utvecklingen vilket minskat försäljningen av nya smartphones under det senaste året.

Intäkternas fördelning per region

Nettoomsättningen i Indien ökade med 11 procent till 315,1 (283,5) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 12 procent till 62,8 (55,8) Mkr och i övriga världen med 25 procent till 66,3 (52,9) Mkr.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonstäckningen ökade med 7 procent till 362,3 (338,9) Mkr. Truecaller optimerar kontinuerligt balansen mellan priser (CPM) och utnyttjandet (fyllnadsgrad) av bolagets annonsutrymme. CPM varierar därför mellan kvartalen, som en konsekvens av säsongsmissiga och makroekonomiska variationer 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.

Jämfört med motsvarande kvartal föregående år minskade priserna (CPM) med cirka 18 procent. Prisminskningen beror på en lägre efterfrågan i spåren av en svag makroekonomisk utveckling. Många företag har blivit mer försiktiga med marknadsföringsinvesteringar, och antingen skjutit på dessa, eller har valt att minska sina digitala annonsbudgetar. Denna effekt har blivit alltmer tydlig även i marknader där den underliggande makroekonomiska utvecklingen är fortsatt god, som Indien.

Effekterna av den svaga prisutvecklingen har delvis kunnat motverkas tack vare investeringar och förbättringar i Truecallers annonsplattform som gjort att ett större antal annonser kunnat visas än vad som varit fallet tidigare.

På utbudssidan ökar också den kontinuerliga användartillväxten vårt tillgängliga annonsutrymme. Vi arbetar även 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 27 procent till 45,1 (35,6) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Tillväxten av antalet prenumerationer och prenumurationsintäkter sker i flertalet regioner och för såväl Android- som iOS-användare.

Intäkterna från Truecaller for Business uppgick till 35,0 (15,3) 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 god tillväxt såväl i Indien som i andra marknader och totalt har Truecaller för

Business nu aktiva kunder i 35 länder. Tjänsterna säljs genom direktförsäljning, genom partners och genom en självbetjäningssportal.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 9 procent till 333,0 (305,7) Mkr, vilket ger en minskning av bruttomarginalen med 2,9 procentenheter till 75,0 (77,9) procent jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen bestäms dels av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, dels av kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster. Under året förbättrades transparensen från partners som tidigare inte har specificerat förmedlingskostnader för annonser. Vi erhåller nu information om förmedlingskostnader som dels ökar intäkterna något, dels kommer att ingå i de rapporterade kostnaderna för sålda varor. Detta har en viss negativ påverkan på bruttomarginalen.

Avgifterna till partners är proportionella mot antalet visade annonser respektive antalet premiumanvändare. Truecaller säljer också annonser direkt till slutkunder, vilket ger en högre bruttomarginal. Olika annonspartners har olika avgiftsnivåer, och bruttomarginalen påverkas därför av hur annonstrafiken fördelas mellan direktförsäljning och olika partners under olika perioder.

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

Rörelseresultat

Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 135,9 (196,2) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 30,6 (50,0) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade till 126,7 (170,9) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 28,5 (43,6) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 126,7 (191,7) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 28,5 (48,9) procent.

Det lägre rörelseresultatet beror i stor utsträckning på tillfälligt ökade marknadsföringsinsatser under det fjärde kvartalet där två stora marknadsföringskampanjer genomfördes i Indien och USA. Exklusive dessa temporärt ökade marknadsföringskostnader hade justerad EBITDA uppgått till cirka 39%.

Även den makroekonomiska utvecklingen bidrog till ett lägre rörelseresultat, eftersom Truecaller på kort sikt inte hade möjlighet att anpassa kostnadsmassan i tillräcklig omfattning för att kompensera för den minskande efterfrågan på digitala annons-tjänster under slutet av 2022.

Bolaget kommer att noga följa efterfrågeutvecklingen i syfte att säkerställa att kostnaderna inte ökar fortare än intäkterna under den pågående makroekonomiska avmattningen, utan att för den skull göra avkall på tillväxtpotentialen då efterfrågan åter tar fart.

Personalkostnaderna under kvartalet ökade till 84,1 (52,8) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ökat antal medarbetare och lönejusteringar. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram (LTIP2021 och LTIP2022) medförde en lönekostnad för perioden om 9,5 (2,2) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 0,3 (-) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Lönekostnaderna värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet. De sociala avgifterna påverkas av aktiekursen i slutet av varje redovisningsperiod och kan därför komma att uppgå till väsentligt högre belopp framöver och skapa en volatilitet i resultaträkningen. I syfte att tydliggöra personalkostnadernas fördelning mellan personalkostnader hänförliga till löner, och personalkostnader relaterade till prestations- eller aktiekursrelaterade incitamentsprogram, så kommer bolaget att fortsätta att särredovisa de senare. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 2,2 (0,6) procentenheter och varit 32,8 (50,6) procent. 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. De syntetiska optionerna har inte belastat kvartalet och några ytterligare kostnader kommer inte att uppstå framgent. I jämförelseperioden belastades personalkostnaderna med 2,1 Mkr och finansnettot med -1,5 Mkr relaterat till detta.

Övriga externa kostnader ökade till 120,5 (80,3) Mkr jämfört med samma period föregående år. Detta är främst en effekt av de två större marknadsföringskampanjerna i Indien och USA om knappt 40 Mkr som nämnts ovan.

Jämförelsestörande poster

Kvartalet innehöll inga jämförelsestörande poster medan samma kvartal föregående år innehöll jämförelsestörande kostnader om 20,8 Mkr. Kostnaderna är hänförliga till förberedelser för börsnotering om 18,7 Mkr samt syntetiska optioner om 2,1 Mkr och ingår i Övriga externa kostnader samt Personalkostnader i resultaträkningen.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 109,7 (171,2) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 85,5 (138,3) Mkr. Finansnettot uppgick till -17,0 (0,3) Mkr och består av valutakursdifferenser om -16,2 (1,2) Mkr, ränteutgifter om 0,6 (-0,7) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -1,4 (-0,2) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 24,2 (32,9) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 22,1 (19,2) procent. Skattesatsen i Indien är högre än i Sverige varför den effektiva skattesatsen är högre än den svenska bolagsskattenivån om 20,6 procent.

Allokeringen av intäkter mellan Sverige och Indien styrs av koncerninterna avtal som utgår från vilka intäkter som har sitt ursprung i det arbete som görs i respektive land. Fördelningen av skattepliktiga vinster mellan Sverige och Indien påverkas också av koncernens transfer pricing-modell, som innebär att Truecaller Indien betalar en royalty till Truecaller Sverige för bland annat nyttjandet av varumärket Truecaller.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,23 (0,38) SEK och efter utspädning till 0,23 (0,37) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 46,1 (159,1) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -262,6 (-150,8) Mkr och inkluderade investering i

kortfristiga räntefonder om -250,0 (-150,0) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -169,0 (970,4) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -162,6 Mkr i innevarande period samt nyemission om 974,5 Mkr i jämförelseperioden. Periodens kassaflöde uppgick till -385,5 (978,7) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel uppgick till 1 327,8 (1 238,4) Mkr och soliditeten uppgick till 77,0 (83,4) procent.

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 31 december 2022 till 2 344,4 (1 692,9) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 60,7 (31,2) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 91,2 (100,4) 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 till 60 dagar. En strukturerad kreditprövningsprocess i kombination med att icke-betalande kunder stängs av från bolagets tjänster, samt ett proaktivt säkerställande av att kunder betalar sina fakturor med liten fördröjning, har resulterat i begränsade kundförluster. Redovisade men ej realiserade kundförluster uppgick den 31 december 2022 till 1,9 (-) Mkr. 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 fjärde kvartalet 2022 aktiverades - (0,4) Mkr som egenupparbetade immateriella tillgångar.

Valutaexponering

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

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 1,9 (1,3) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 100,1 (-54,0) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till 79,5 (-42,5) Mkr. Likvida medel uppgick den 31 december 2022 till 305,9 (830,8) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget.

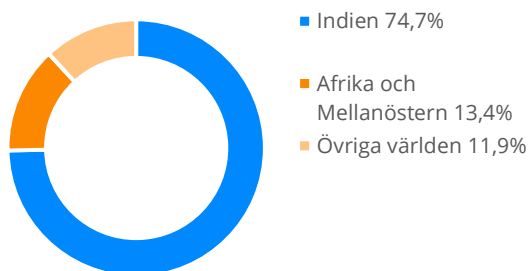
Januari – december 2022

Intäkter

Nettoomsättningen för perioden januari till december uppgick till 1 772,9 (1 128,9) Mkr, en ökning med 57 procent jämfört med samma period föregående år. Intäktsökningen beror främst på en fortsatt tillväxt i annonsintäkter, vilket i sin tur är en effekt av en kontinuerlig tillväxt av antalet användare i många olika geografier, i kombination med en fortsatt ökning av annonsintäkterna per användare. Valutaeffekter bidrog också till intäktsökningen, se Valutaexponering nedan.

Intäkternas fördelning per region

Under perioden ökade nettoomsättningen i Indien med 68 procent till 1 324,1 (787,1) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 29 procent till 237,1 (184,1) Mkr och i övriga världen med 34 procent till 211,7 (157,7) Mkr.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonsintäkterna ökade med 57 procent till 1 488,6 (949,0) Mkr.

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 23 procent till 170,5 (139,0) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Intäkterna från Truecaller for Business uppgick till 105,5 (32,8) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 58 procent till 1 355,2 (856,1) Mkr, vilket ger en ökning av bruttomarginalen med 0,6 procentenheter till 76,4 (75,8) 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. Den påverkas av hur annonstrafiken fördelas mellan direktförsäljning och olika partners under olika perioder. Ökade kostnader för verifikation av nya användare och ökade serverkostnader hade en viss negativ påverkan på bruttomarginalen under året.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 717,2 (472,5) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 40,5 (41,9) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till 688,5 (328,2) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 38,8 (29,1) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 688,5 (455,7) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 38,8 (40,4) procent.

Personalkostnaderna uppgick till 301,0 (266,8) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ett ökande antal medarbetare, i kombination med årliga lönejusteringar. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram (LTIP2021 och LTIP2022) medförde en lönekostnad för perioden om 28,4 (2,9) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 1,8 (-) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen ökat med 1,7 (0,3) procentenheter och varit 42,2 (42,1) procent. Se mer info i not 6.

I kostnaderna har det historiskt ingått kostnader för syntetiska personaloptioner som uppkom i samband med förvärvet av Backwater Technologies Private Limited 2019. De syntetiska optionerna har inte belastat perioden januari till december 2022 och några ytterligare kostnader kommer inte att uppstå framgent. I jämförelseperioden belastades personalkostnaderna med 78,7 Mkr och finansnettot med 24,8 Mkr relaterat till detta.

Övriga externa kostnader uppgick till 349,7 (248,0) 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 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 127,4 Mkr. Posterna är hänförliga till förberedelser för börsnotering om 48,7 Mkr samt syntetiska optioner om 78,7 Mkr och ingår i Övriga externa kostnader samt Personalkostnader i resultaträkningen.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 688,1 (299,7) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 535,2 (258,3) Mkr. Finansnettot uppgår till -0,4 (-28,5) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser om 12,2 (5,2) Mkr, räntekostnader om -7,3 (-7,1) Mkr, omvärdering av syntetiska optioner om - (-24,8) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -5,3 (-1,8) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 152,9 (41,4) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 22,2 (13,8) procent. Skattesatsen i Indien är högre än i Sverige varför den effektiva skattesatsen är högre än den svenska bolagsskattenivån om 20,6 procent. Under 2021 var skattesatsen lägre på grund av underskottsavdrag hänförliga till tidigare år.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 1,43 (1,01) SEK och efter utspädning till 1,43 (0,72) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 610,4 (380,9) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -297,3 (-151,9) Mkr och inkluderade investering i kortfristiga räntefonder om 250,0 (150,0) Mkr samt förvärvet av Call-Hero om 32,1 (-) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -223,1 (813,0) Mkr och inkluderade återköp av

egna aktier om 182,4 Mkr i innevarande period samt nyemission om 982,9 Mkr i jämförelseperioden. Periodens kassaflöde uppgick till 90,0 (1 042,0) Mkr. Vid årets utgång hade Truecaller likvida medel uppgående till 1 327,8 (1 238,4) Mkr. Soliditeten var 77,0 (83,4) procent.

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

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 31 december 2022 till 2 344,4 (1 692,9) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Personal

Antalet anställda vid periodens slut var 395 (306). Genomsnittligt antal anställda under perioden januari till december var 354 (275). Då Truecaller befinner sig i en 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 året har 7,2 (1,5) Mkr aktiverats som egenupparbetade immateriella tillgångar.

Valutaexponering

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

Moderbolaget

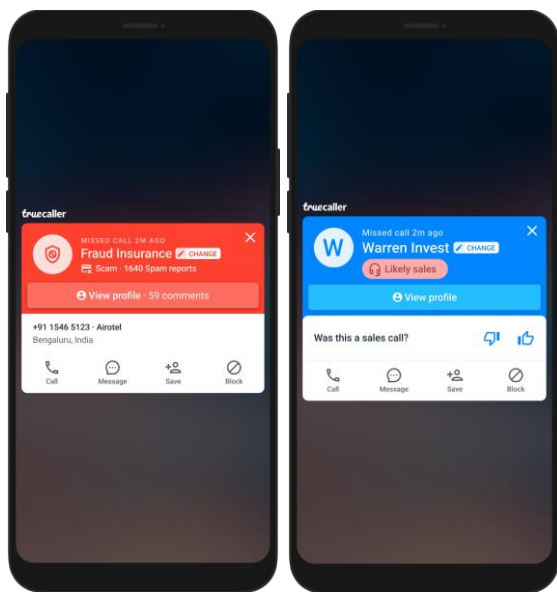
Moderbolagets intäkter för perioden uppgick till 6,7 (1,3) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 80,5 (-55,6) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till 63,9 (-44,2) Mkr. Likvida medel uppgick den 31 december 2022 till 305,9 (830,8) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget

Produktuppdatering

Truecaller på Android

Truecaller fortsätter att fokusera på att ytterligare förbättra appens prestanda. Under fjärde kvartalet implementerades tekniska förbättringar som möjliggör en snabbare, friktionsfri upplevelse samtidigt som appstorleken minskade med 50 procent. Minskningen av appstorleken är viktig för Truecallers tillväxtstrategi. Den möjliggör ökade investeringar i så kallade Pre-loads (där Truecallers app är förinstallerad när nya telefoner säljs) men underlättar också den organiska tillväxten, särskilt på tillväxtmarknader där appstorleken är en viktig faktor för användare av telefoner med lägre prestanda.

Produktinitiativ som genomfördes tidigare under året fortsatte att ta fart under fjärde kvartalet. Möjligheter för community-feedback i appen fortsätter att driva starkt användarengagemang samtidigt som det fungerar som värdefull input till den kontextuella informationen som tillhandahålls av AI Identity. Bara under det fjärde kvartalet inkluderades tre miljarder ytterligare datapunkter som hjälper användare att förstå vem det är som ringer med hjälp av algoritmiskt hämtad kontextuell information från miljarder av community-feedback sedan funktionen infördes.



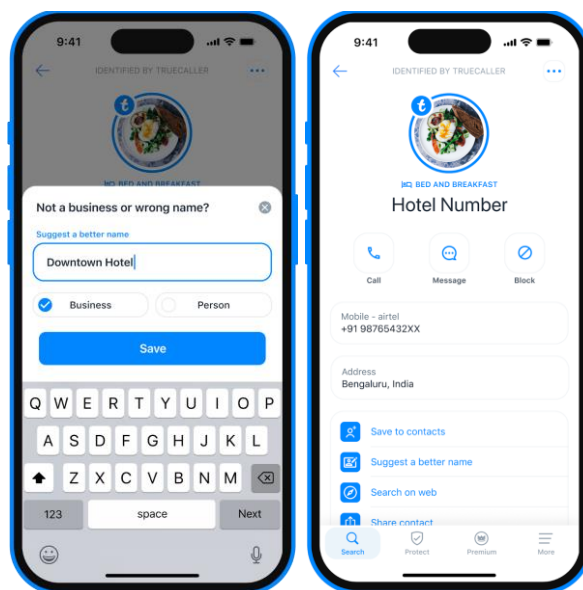
Truecaller fortsätter att förbättra kärnerbjudandet för Android-användare genom att bygga ut nyttan av befintliga funktioner. *Smart SMS*, som kategoriserar de viktigaste meddelandena och lyfter fram den mest användbara informationen från långa meddelanden, erbjuder nu *Smarta påminnelser*. Eftersom företag i allt högre grad skickar transaktionsinformation till användare via textmeddelanden och genom Truecaller For Business, lyfter *Smart SMS* inte bara fram den mest relevanta informationen för slutanvändaren, utan skickar också intelligenta påminnelser om viktiga kommande händelser som avgångstider för resor och deadlines för betalning av räkningar. Sådana maskinlärningsinitiativ sker utan att för den skull kompromissa med användarnas integritet, och all bearbetning görs lokalt på användarens enhet. Användningen av Truecallers SMS- och

meddelandefunktioner som introducerats under tidigare kvartal fortsätter också att växa.

Truecaller på iPhone

Den nya versionen av iOS-appen som lanserades i slutet av augusti innehöll grundläggande förbättringar av kvaliteten på Truecallers funktioner för nummerpresentation samt identifiering av spam- och företagsnummer. Truecallers nyckeltal visar på en mycket starkare tillväxtpotential för Truecaller på iPhone efter lanseringen. Sedan den globala lanseringen har dagliga aktiva användare på iPhone ökat med över 80 procent. Dagliga iPhone-installationer har ökat med 15 procent och med en lägre andel bortfall av kunder sedan den nya appen släpptes. Även om fokus främst har varit att förbättra produktupplevelsen, introducerades preliminära optimeringar på annonsidan för att möjliggöra effektivare användning av annonsutrymmet och bättre intäktsgenerering och tidiga resultat från sådana initiativ visar också förbättringar av annonsintäkter från iPhone-användare.

Truecaller gjorde betydande framsteg för att ge iPhone-användare en upplevelse lika relevant och användbar som på Android och nya funktioner introducerades under fjärde kvartalet för en erbjuda en ännu bättre sökupplevelse. Möjligheten att lämna feedback på okända nummer i form av namnförslag, kommentarer och upp/ned-röster introducerades, vilket ger ännu fler användare möjlighet att rapportera om sina egna upplevelser samtidigt som Truecallers möjlighet att upptäcka spam förbättras ytterligare med data från communityn. Truecallers AI-identitetsfunktioner, som översätter samtalssignaler och mönster till AI-genererade etiketter (t.ex. "Sannolik försäljning", "Någon du kanske känner") stärktes även på iPhone. Genom att förse användare med sådan kontextuell information kan de fatta välgrundade beslut snabbare om vilka samtal som ska besvaras.



Truecaller på webben

Under fjärde kvartalet utökade Truecaller funktioner via webben ytterligare. Funktionen *Enhanced spam search* kompletterade det grundläggande arbetet som slutfördes tidigare under året för att ge en webbupplevelse som liknar motsvarigheten på mobilen. Arbetet har resulterat i förbättringar i både SEO-prestanda och webbtrafik, med stark tillväxt i organisk, avsiktsdriven trafik. Truecaller fortsätter att investera i att utveckla sina webbfunktioner, med andra datoranpassade funktioner i pipeline för 2023, för att driva på Truecallers tillväxt i mer utvecklade regioner som tenderar att ha en större datoranvändning.

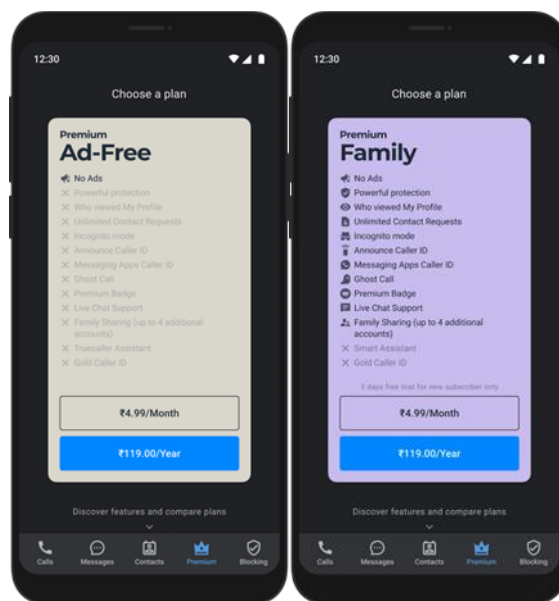
Initiativ för skydd mot bedrägeriförsök

Truecaller fortsätter sin mission att bygga förtroende i kommunikation. Eftersom identitetsstöld och andra bedrägliga aktiviteter blir vanligare på mobila kanaler, har Truecaller sökt lösningar för att skydda konsumenterna från bedrägliga aktörer. Bedragare har blivit mer sofistikerade i sitt sätt att försöka lura konsumenterna, genom att till exempel låtsas vara från skattemyndigheter, elleverantörer osv. Enligt feedback från användare så är ett av de vanligaste telefonbedrägerierna att man utger sig för att vara en officiell myndighetsrepresentant. Under fjärde kvartalet lanserade Truecaller tjänsten Government Services Digital Directory i Indien. Tjänsten tillhandahåller nummer över centrala och statliga myndigheter, vilket hjälper användare att enkelt få kontakt med myndigheter genom enkel tillgång till verifierade kontakter från statliga organ – från nationella hjälptelefonnummer till specifika ministerier. Informationen hämtades direkt från officiella källor och täcker 20 centrala ministerier och över 23 stater och fackliga territorier. Truecaller fortsätter att uppdatera funktionen med fler verifierade nummer över olika avdelningar och stater.

Truecaller i föbyggande syfte, genom snabbmeddelandefunktioner, informera användare för om pågående bedrägeriaktiviteter. Medan kärnprodukten har hjälpt miljontals användare att identifiera oönskade uppringare i realtid i över ett decennium, har Truecaller börjat bygga ut möjligheter att skanna pågående trender för att proaktivt informera sina användare. Truecallers pågående produktutvecklingsinsatser inkluderar också investeringar i att bygga ut bedrägeriintelligens och funktioner för att upptäcka bedrägeriförsök via SMS.

Fortsatt utveckling av Premium-erbjudandet

Antalet premiumprenumeranter har växt stadigt och har ökat med 18 procent jämfört med fjärde kvartalet 2021. Under andra halvåret introducerades två nya prenumerationsplaner, Ad-free och Family Plan. Den annonsfria planen gjordes tillgänglig för specifika användarsegment och har lett till höga konvertering hos de utvalda segmenten, med tidiga indikatorer som tyder på en lovande benägenhet hos användare i dessa kategorier att uppgradera sina prenumerationer. I december månad uppgraderade över 10 procent av annonsfria prenumerationer till mer avancerade prenumerationsplaner. Family Plan, som tillåter användare att lägga till upp till fyra personer på ett enda betalningskonto, ger fler användare tillgång till Truecallers mer avancerade funktioner. Tidiga indikatorer sedan lanseringen i början av december visar också mycket lovande effekter när det gäller att driva högre konvertering och högre bibehållandegrad från betalande användare.



Truecaller investerade också i initiativ som syftade till att öka antalet premiumprenumeranter på iPhone. Under fjärde kvartalet förbättrades användargränssnittet på iPhone-appen för att underlätta betalningsprocessen och för att möjliggöra användare att lättare komma igång med premiumfunktioner. Sådana förbättringar har visat en positiv trend för nya köp i appen – med 29 procent tillväxt i intäkter från iPhone-prenumeranter jämfört med samma kvartal förra året – vilket tyder på en starkare konverteringspotential från iPhone-användare framöver.

Den senast introducerade funktionen för prenumerationer i USA, Truecaller Assistant, har skapat intresse sedan lanseringen. Medan mycket av fokus under det fjärde kvartalet kretsade kring att förbättra synligheten för erbjudandet och optimering av kärnprodukten, utvecklas nyckeltal för produkten väl. Konverteringen ökade över hela linjen, med över 4 procent av nya användare – nästan dubbelt så hög som branschens riktmärke – som registrerade sig för assistenten. Bibehållandegraden förbättrades också, vilket visar värdet som assistenten levererar. Användarstatistik trender också i en hälsosam takt, och assistenten har hjälpt användare att svara på nära en halv miljon samtal sedan den släpptes. Arbetet med att testa Assistant-erbjudandet på strategiska marknader har gått framåt med bra resultat, som förberedelse för ytterligare expansion under de kommande kvartalen. Truecaller fortsätter att utforska fler användningsområden som utnyttjar molntelefonplattformen för att stärka prenumerationserbjudandet ytterligare.

Fokuserade investeringar i AdTech

Truecaller fortsätter att bygga ut sin AdTech-kapacitet för att leverera en "best in class" upplevelse för annonsörer, efterfrågepartners och slutanvändare. Tack vare investeringar i AdTech-plattformen under fjärde kvartalet kunde Truecaller öka annonsintäkterna trots en betydligt svagare efterfrågan på digital annonsering generellt i marknaden följt av den globala makroekonomiska osäkerheten..

Investeringar för att förbättra Truecallers kapacitet på utbudssidan fortsätter att skala väl, vilket möjliggör starka resultat trots den dämpade makroekonomiska miljön. Förbättringar i effektiviteten i olika delar av annonslivscykeln har resulterat i en ökning av antalet annonsvisningar med över 36 procent. Dessa

initiativ har resulterat i förbättringar i engagemang och klickfrekvenser hos slutanvändare, som förväntas möjliggöra förbättrade CPM-nivåer och starkare intäktsgenerering på medellång till lång sikt.

Truecaller fortsatte att förbättra sin förmåga att arbeta med ett brett utbud av efterfrågepartners. Investeringar i att vidareutveckla Truecallers egenutvecklade annonsserver, som möjliggör att facilitera ytterligare efterfrågan utöver den befintliga efterfrågan, utvecklades under fjärde kvartalet för att stödja fler integrationssätt, vilket ger den nödvändiga flexibiliteten för att integrera partners enligt deras specifika behov. Andra optimeringar som implementerades möjliggör förbättrad tillgång till efterfrågan samtidigt som Truecaller får mer kontroll för att hantera efterfrågan. Detta ger Truecaller möjligheter att bättre underlätta utbudet, vilket leder till förbättrad matchning av efterfrågan och utbud och en förbättrad avkastning. Truecallers egna annonsplattform fortsätter att skala och stödja efterfrågan, med de hittills högsta annonsintäkterna på plattformen under fjärde kvartalet. Intäkterna på den egna plattformen ökade med över 300 procent jämfört med fjärde kvartalet 2021. Truecaller fortsätter också att utöka portföljen av efterfrågepartners för att stärka räckvidden ytterligare.

Truecaller fortsätter att investera i att utveckla banbrytande AdTech-funktioner för att driva performance marketing genom mer avancerade funktioner, dataledda maskininlärningsalgoritmer, nya möjligheter för annonsutrymme och bättre ekosystemintegration med tredjepartsattributionspartners. Initiativ för att bygga ut Truecallers plattform på efterfrågesidan fortsätter att skala mycket väl, vilket ökar Truecallers räckvidd utanför Truecallers nuvarande ekosystem. Plattformen kommer att ge Truecaller möjligheten att dra nytta av unika insikter om målgrupper för en rad olika användningsområden för såväl varumärkes- och performance marketing. Under fjärde kvartalet visade videoannonskampanjer som genomfördes via Truecallers plattform uppmuntrande resultat

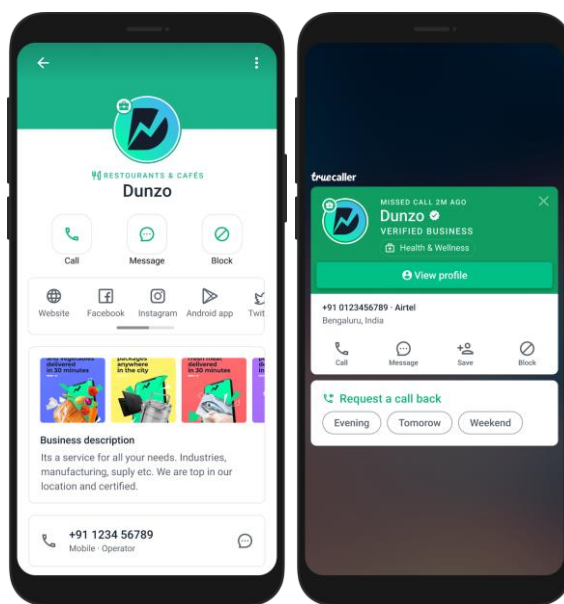
Fortsatt expansion av Truecaller for Business

Efterfrågan på Truecaller for Business (TfB) och dess växande utbud av tjänster fortsätter att öka enligt plan. TfB:s växande kundportfölj representerar ett allt bredare utbud av branscher, vilket visar relevansen för erbjudandet. Nya kunder under fjärde kvartalet inkluderar internationellt erkända logotyper som Panasonic, Jeep, Volkswagen och Coursera. Intresset från banker och organisationer för finansiella tjänster är fortsatt högt, med tillskott av nya kunder från både privata (t.ex. Canara HSBC Life Insurance, SBI Cards, IndusInd Bank) och offentliga institutioner (Central Bank, Indian Bank). TfB fortsätter att växa på

marknader utanför Indien, särskilt inom sektorn för finansiella tjänster och finansiell teknologi över hela Afrika.

Produktutvecklingen för företagserbjudandet har skett i hög takt sedan starten av TfB 2021. Under fjärde kvartalet lanserades Business Profile, som hjälper företag att engagera sig mer dynamiskt med slutanvändare. Business Profile är helt anpassningsbar, vilket gör att TfB-kunder kan ge mer liv till sina profiler genom att inkludera en beskrivning av deras verksamhet, webbplats eller länkar till sociala medier och varumärkesmedia. Initiativet gör det möjligt för företag att stärka sitt varumärke inom Truecallers ekosystem, och hjälper dem också att styra organisk trafik till sina digitala kanaler för att öka engagemanget.

Under hela året arbetade Truecaller med att bygga ut sin tekniska kapacitet för att stödja B2C-meddelanden i stor skala. Truecallers företagsmeddelandeplattform möjliggör effektivare inriktning av målgruppssegment, samtidigt som meddelanden levereras i mycket mer engagerande och intuitiva format. I slutet av fjärde kvartalet levererades miljontals företagsmeddelanden dagligen via Truecallers plattform. I nära samarbete med Tanla fortsätter Truecaller att stärka den tekniska kapaciteten för att stödja ännu högre volymer, samtidigt som den stärker förmågan att stödja ännu mer engagerande innehåll genom rich media-meddelanden, bilagor med mera.



Övrig information

Risker och osäkerhetsfaktorer

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

Framåtblickande uttalanden

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

Framtidsutsikter

Truecaller lämnar inga prognoser.

Moderbolaget

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

Finansiell kalender

Delårsrapport januari-mars 2023: 11 maj 2023

Bolagsstämma: 26 maj 2023

Delårsrapport januari-juni 2023: 21 juli 2023

Delårsrapport januari-september 2023: 9 november 2023

Kontaktuppgifter

Alan Mamedi, CEO

E-post: alan.mamedi@truecaller.com

Odd Bolin, CFO

Tel: +46 70 428 31 73

E-post: odd.bolin@truecaller.com

Andreas Frid, Head of IR & Communication

Tel: +46 705 29 08 00

E-post: andreas.frid@truecaller.com

Revisors granskning

Denna bokslutskommuniké har inte 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 februari 2023 kl. 07.30 CET.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Nettoomsättning	3	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888
Övriga intäkter		7 463	2 620	7 506	2 738
Aktiverat arbete för egen räkning		-	248	5 204	1 045
Förmedlingskostnader		-111 094	-86 568	-417 689	-272 807
Övriga externa kostnader		-120 549	-80 333	-349 750	-248 049
Personalkostnader		-84 098	-52 816	-301 031	-266 752
Av- och nedskrivningar		-9 130	-4 467	-28 664	-16 844
Rörelseresultat		126 726	170 914	688 502	328 219
Finansnetto		-17 000	328	-381	-28 511
Resultat efter finansiella poster		109 726	171 242	688 121	299 708
Skatt		-24 239	-32 893	-152 891	-41 398
Periodens resultat ¹⁾		85 486	138 348	535 230	258 310
Resultat per aktie					
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,23	0,38	1,43	1,01
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,23	0,37	1,43	0,72
Genomsnittligt antal aktier före utspädning ²⁾		371 511 520	361 406 208	373 273 365	254 718 955
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		371 511 520	376 337 956	373 300 072	357 708 466

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

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Periodens resultat		85 486	138 348	535 230	258 310
Övrigt totalresultat för perioden					
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>					
Omräkningsdifferens		-5 266	615	-753	-1 529
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>					
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-1 891	-89	-1 891	-89
Övrigt totalresultat för perioden		-7 157	526	-2 645	-1 618
Totalresultat för perioden ¹⁾		78 329	138 874	532 586	256 692

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

Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2022 31 dec	2021 31 dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Goodwill		34 530	-
Övriga immateriella tillgångar		15 200	1 350
Materiella anläggningstillgångar		8 118	1 429
Nyttjanderättstillgångar		139 777	86 196
Uppskjuten skattefordran		39 584	35 077
Andra långfristiga fordringar	4	16 697	999
Summa anläggningstillgångar		253 906	125 051
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	4	362 175	179 336
Kortfristiga placeringar	4	400 490	150 066
Likvida medel	4	1 327 801	1 238 443
Summa omsättningstillgångar		2 090 466	1 567 845
SUMMA TILLGÅNGAR		2 344 372	1 692 896
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 804 093	1 411 410
Summa eget kapital		1 804 093	1 411 410
Långfristiga skulder			
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		7 653	4 538
Leasingskulder		118 208	72 393
Uppskjuten skatteskuld		34 563	18 030
Övriga långfristiga skulder	4	8 395	-
Summa långfristiga skulder		168 819	94 961
Kortfristiga skulder			
Skuld avseende syntetiska optioner	4	-	22 509
Leasingskulder		23 307	15 985
Övriga kortfristiga skulder	4	348 153	148 030
Summa kortfristiga skulder		371 460	186 524
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		2 344 372	1 692 896

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Den löpande verksamheten				
Resultat efter finansiella poster	109 726	171 242	688 121	299 708
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	36 176	7 307	47 094	119 545
Betald inkomstskatt	-122 738	-4 717	-154 078	-4 717
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	23 163	173 832	581 137	414 536
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital				
Förändringar av rörelsefordringar	-26 365	-24 977	-50 434	-97 183
Förändringar av rörelseskulder	49 287	10 237	79 707	63 538
Kassaflöde från den löpande verksamheten	46 085	159 093	610 410	380 891
Investeringsverksamheten				
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-5 283	-	-32 158	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-5 788	-351	-7 594	-351
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	-	-
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-	-381	-7 146	-1 470
Investering i kortfristiga placeringar	-250 000	-150 000	-250 000	-150 000
Förändring av finansiella fordringar	-1 511	-66	-425	-66
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-262 582	-150 798	-297 323	-151 887
Finansieringsverksamheten				
Nyemission	-	974 447	-	982 904
Erhållna medel för teckningsoptioner	168	-	3 146	17 364
Återköp teckningsoptioner	-54	-	-872	-
Amortering av leasingsskuld	-6 458	-4 005	-19 869	-15 280
Utbetalning syntetiska optioner	-	-	-23 140	-172 016
Återköp av egna aktier	-162 634	-	-182 389	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-168 978	970 442	-223 124	812 972
Periodens kassaflöde	-385 474	978 737	89 963	1 041 976
Likvida medel vid periodens början	1 718 912	259 616	1 238 443	195 224
Valutakursdifferens i likvida medel	-5 637	90	-605	1 243
Likvida medel vid periodens slut	1 327 801	1 238 443	1 327 801	1 238 443

Rapport över förändring i eget kapital i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare				
	Aktie- kapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	Summa eget kapital hänförligt till moder- företagets ägare
Ingående eget kapital 2021-01-01	353	702 511	4 682	-561 612	145 933
Periodens resultat	-	-	-	258 310	258 310
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-1 529	-89	-1 618
Periodens totalresultat	-	-	-1 529	258 221	256 692
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	39	1 007 749	-	-	1 007 788
Emissionskostnader, netto efter skatt	-	-19 760	-	-	-19 760
Apportemission	355	-	-	-328	27
Teckningsoptioner	-	17 364	-	3 022	20 386
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	344	344
Summa	394	1 005 353	-	3 038	1 008 784
Utgående eget kapital 2021-12-31	747	1 707 864	3 153	-300 354	1 411 410
Ingående eget kapital 2022-01-01	747	1 707 864	3 153	-300 354	1 411 410
Periodens resultat	-	-	-	535 230	535 230
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-753	-1 891	-2 645
Periodens totalresultat	-	-	-753	533 339	532 586
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission	11	-	-	18 152	18 163
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-188 914	-188 914
Teckningsoptioner	-	2 275	-	-	2 275
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	28 574	28 574
Summa	11	2 275	-	-142 188	-139 903
Utgående eget kapital 2022-12-31	758	1 710 139	2 400	90 797	1 804 093

Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Rörelsens intäkter		1 921	1 318	6 734	1 318
Övriga externa kostnader		-3 344	-52 012	-13 003	-52 446
Personalkostnader		-3 062	-1 640	-12 846	-2 752
Rörelseresultat		-4 486	-52 334	-19 116	-53 880
Finansnetto		2 018	-1 635	-2 978	-1 733
Resultat efter finansiella poster		-2 468	-53 970	-22 094	-55 613
Bokslutsdispositioner		102 600	-	102 600	-
Resultat före skatt		100 132	-53 970	80 506	-55 613
Skatt		-20 630	11 456	-16 598	11 456
Periodens resultat		79 502	-42 514	63 908	-44 157

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2022 31 dec	2021 31 dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag		10 247 177	10 182 046
Uppskjuten skattefordran		-	16 582
Summa anläggningstillgångar		10 247 177	10 198 628
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar		12 357	16 132
Fordringar hos koncernföretag		106 248	650
Kortfristiga placeringar		400 490	150 066
Likvida medel		305 935	830 776
Summa omsättningstillgångar		825 030	997 624
SUMMA TILLGÅNGAR		11 072 207	11 196 252
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital och skulder			
Eget kapital		11 059 499	11 135 495
Skulder hos koncernföretag		-	31 509
Kortfristiga skulder		12 708	29 249
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		11 072 207	11 196 252

Noter

Not 1. Väsentliga redovisningsprinciper

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

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

Eget kapital

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

Not 2. Uppskattningar och bedömningar

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

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

Not 3. Intäkter från avtal med kunder

Belopp i Tkr	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Geografisk region				
Indien	315 089	283 504	1 324 080	787 120
Mellanöstern och Afrika	62 769	55 823	237 096	184 114
Övriga världen	66 275	52 902	211 750	157 654
Intäkter från avtal med kunder	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888

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

Belopp i Tkr	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Typ av tjänst				
Annonsintäkter	362 284	338 880	1 488 558	948 925
Användarintäkter	45 104	35 579	170 507	138 985
Övriga intäkter	36 746	17 770	113 861	40 978
Intäkter från avtal med kunder	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2022

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	16 697	16 697
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	91 158	91 158
Kundfordringar	-	60 704	60 704
Kortfristiga placeringar	400 490	-	400 490
Likvida medel	-	1 327 801	1 327 801
Totalt	400 490	1 496 360	1 896 851
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	69 835	69 835
Villkorad tilläggsköpeskilling	13 301	-	13 301
Totalt	13 301	69 835	83 136

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2021

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	999	999
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	100 353	100 353
Kundfordringar	-	31 160	31 160
Kortfristiga placeringar	150 066	-	150 066
Likvida medel	-	1 238 433	1 238 433
Totalt	150 066	1 370 954	1 521 020
FINANSIELLA SKULDER			
Skuld avseende syntetiska optioner	22 509	-	22 509
Leverantörsskulder	-	39 544	39 544
Totalt	22 509	39 544	62 053

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

Koncernen har kortfristiga placeringar, skuld avseende syntetiska optioner och villkorad tilläggsköpeskilling 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 netting.

Kortfristiga placeringar

Truecaller har 400 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, Tkr	2022 jan - dec	2021 jan - dec
Ingående balans	150 066	-
Investering kortfristiga placeringar	250 000	150 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	424	66
Utgående balans	400 490	150 066

Villkorad tilläggsköpeskilling

Villkorade tilläggsköpeskillingar tillhör nivå 3 i värderingshierarkin. Det verkliga värdet på villkorade köpeskillingar beräknas genom diskontering av framtida kassaflöden med en riskjusterad diskonteringsränta. Den villkorade tilläggsköpeskillingen för CallHero har klassificerats som kort- och långfristig skuld.

Villkorad tilläggsköpeskilling, Tkr	2022 jan - dec	2021 jan - dec
Ingående balans	-	-
Anskaffningsvärde	16 785	-
Utbetalning	-5 228	-
Värdeförändring redovisad i resultatet	1 744	-
Utgående balans	13 301	-

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, Tkr	2022 jan - dec	2021 jan - dec
Ingående balans	22 509	91 019
Utbetalt	-23 140	-172 016
Värdeförändring redovisad i resultatet	631	103 506
Utgående balans	-	22 509

Not 5. Förvärv av koncernföretag

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

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

Verkligt värde förvärvade nettotillgångar CallHero, Tkr

Egenutvecklad programvara	10 000
Materiella anläggningstillgångar	8
Uppskjuten skattefordran	14

Kundfordringar och övriga fordringar	58
Likvida medel	174
Uppskjuten skatteskuld	-2 300
Övriga kortfristiga skulder	-931
Summa förvärvade nettotillgångar	7 023

Köpeskilling CallHero (Tkr)

Köpeskilling, kontant	24 629
Tilläggsköpeskilling, skuld	16 785

Summa köpeskilling, aktier

Verkligt värde förvärvade nettotillgångar	-7 023
---	--------

Goodwill

Koncernen, Investeringsverksamheten (Tkr)

Betald köpeskilling	-24 629
Likvida medel i förvärvat bolag	174
Direkta kostnader i samband med förvärv	-2 475
Betald tilläggsköpeskilling	-5 227

Nettoeffekt på koncernens likvida medel från förvärv

32 157

Not 6. Incitamentsprogram

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

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

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

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

Kostnader för LTIP21 och LTIP22, Mkr

	2022 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-9,5	-2,2	-28,4	-2,9
Sociala avgifter	-0,3	-	-1,8	-
Kostnader för LTIP21 och LTIP22	-9,9	-2,2	-30,2	-2,9

Not 7. Egna aktier

Den 24 maj 2022 bemyndigade årsstämman styrelsen att få besluta om ett återköpsprogram av egna aktier. Återköpsprogrammet får maximalt uppgå till 5 procent av de utestående aktierna vid årsstämman vilket motsvarar 18 697 985 aktier. Återköpen av aktier får ske vid ett eller flera tillfällen fram till nästa årsstämma. Aktieåterköpsprogrammet inleddes den 23 september. Totalt har 5 120 294 B-aktier återköpts för 188,8 Mkr inklusive transaktionskostnader.

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

Vid rapportperiodens slut var aktiernas uppdelningen enligt följande:

Aktieslag	Aktier
A-aktier	46 783 800
B-aktier	327 175 910
C-aktier	5 100 000
Totalt antal utestående aktier	379 059 710
- varav B-aktier som innehas av Truecaller	5 120 294
- varav C-aktier som innehas av Truecaller	5 100 000
Totalt antal utestående aktier, netto efter aktier som innehas av Truecaller	368 839 416

Not 8. Eventualförpliktelser

Koncernens eventualförpliktelser består av ett skatteärende i det tidigare förvärvade dotterbolaget Backwater Technologies hänförligt till fastställande av inkomst för FY 2016-17. Det pågående ärendet hör till en period före förvärvsdatumet. Koncernen bedömer det som sannolikt att utslaget kommer att vara till dess fördel och har därför inte redovisat någon avsättning med hänsyn till detta. Det totala odiskonterade belopp som koncernen kan bli skyldig att betala om beslutet i processen går emot koncernen uppskattas till mellan 3 och 12 Mkr.

Not 9. Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har ägt rum under rapportperioden.

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, 2023-02-22

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.
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	Används för att belysa mängden aktiva användare av Truecallers tjänster.

plattformen på daglig basis. Beräknas som ett genomsnitt av periodens alla dagar.

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 okt-dec	2021 okt-dec	2022 jan-dec	2021 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal				
Nettoomsättning	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888
Minus förmedlingskostnader	-111 094	-86 568	-417 689	-272 807
Bruttoresultat	333 040	305 662	1 355 236	856 081
Dividerat med Nettoomsättning	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888
Bruttomarginal	75,0%	77,9%	76,4%	75,8%
Justerad EBITDA och justerad EBITDA-marginal				
Resultat före skatt	109 726	171 242	688 121	299 708
Exklusive Finansnetto	17 000	-328	381	28 511
Exklusive Av- och nedskrivningar	9 130	4 467	28 664	16 844
EBITDA	135 855	175 381	717 166	345 063
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	20 826	-	127 443
Justerad EBITDA	135 855	196 207	717 166	472 506
Dividerat med Nettoomsättning	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888
Justerad EBITDA-marginal	30,6%	50,0%	40,5%	41,9%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal				
Resultat före skatt	109 726	171 242	688 121	299 708
Exklusive Finansnetto	17 000	-328	381	28 511
Rörelseresultat (EBIT)	126 726	170 914	688 502	328 219
Dividerat med Nettoomsättning	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888
Rörelsemarginal	28,5%	43,6%	38,8%	29,1%
Justerat rörelseresultat (EBIT) och justerat rörelsemarginal				
Rörelseresultat (EBIT)	126 726	170 914	688 502	328 219
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	20 826	-	127 443
Justerat rörelseresultat (EBIT)	126 726	191 740	688 502	455 662
Dividerat med Nettoomsättning	444 133	392 229	1 772 926	1 128 888
Justerat rörelsemarginal	28,5%	48,9%	38,8%	40,4%

Soliditet

Summa Eget kapital	1 804 093	1 411 410	1 804 093	1 411 410
Dividerat med Summa tillgångar	2 344 372	1 692 896	2 344 372	1 692 896
Soliditet	77,0%	83,4%	77,0%	83,4%

Justering av definitioner för nyckeltal

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

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

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

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

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

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

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