

A close-up photograph of a man with a beard and mustache, smiling broadly with his eyes closed. He is wearing a white button-down shirt and a black seatbelt. The background is blurred, showing the interior of a car.

DELÅRSRAPPORT

januari-mars 2023

truecaller

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

Delårsrapport januari-mars 2023

Januari-mars 2023 (Q1)

Jämförelsesiffror avser januari-mars 2022

- **Nettoomsättningen** minskade med 3 procent och uppgick till 387,1 (398,3) Mkr.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 150,0 (181,4) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 38,8 (45,5) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 161,1 (184,8) Mkr, vilket hade motsvarat en justerad EBITDA-marginal om 41,6 (46,4) procent.
- **Resultatet för kvartalet påverkas inte** av några jämförelsestörande poster. Motsvarande kvartal föregående år påverkas inte heller av några jämförelsestörande poster.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 109,1 (133,7) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,30 (0,36) kr före utspädning och 0,30 (0,35) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 34,3 miljoner till till cirka 344,4 (310,1) miljoner.
- **Omsättningstillväxten** minskade i Indien med 1 procent, i Mellanöstern och Afrika med 13 procent och i resten av världen ökade omsättningstillväxten med 1 procent.

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)			
Nettoomsättning	387,1	398,3	1 772,9
Bruttoresultat	291,0	311,3	1 355,2
Bruttomarginal (%)	75,2%	78,1%	76,4%
Justerad EBITDA	150,0	181,4	717,2
Justerad EBITDA-marginal (%)	38,8%	45,5%	40,5%
Rörelseresultat (EBIT)	139,8	175,5	688,5
Rörelsemarginal (%)	36,1%	44,0%	38,8%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	139,8	175,5	688,5
Justerad rörelsemarginal (%)	36,1%	44,0%	38,8%
Resultat efter finansiella poster	147,0	170,1	688,1
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,30	0,36	1,43
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,30	0,35	1,43
Eget kapital	1 738,4	1 566,0	1 804,1
Balansomslutning	2 123,5	1 857,3	2 344,4
Soliditet (%)	81,9%	84,3%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	400	321	395

Väsentliga händelser under kvartalet

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

- **Truecaller fortsatte att växa antalet användare.** Den snabbaste relativa tillväxten skedde i regioner utanför Indien, och för första gången under perioden 2020-2023 var den absoluta tillväxten av användare utanför Indien lika stor som tillväxten i Indien. Under kvartalet slogs också ett rekord när det kommer till andel användare som använder appen dagligen då cirka 81 procent av de månatligen aktiva användarna (MAU) också var dagligt aktiva användare (DAU).
- **En större andel Truecalleranvändare blev betalande prenumeranter.** Truecaller har haft ett ökat fokus på att förbättra prenumerationserbjudandet med nya funktioner och introducerade också nya prisplaner under andra halvåret 2022. Antalet och andelen prenumeranter ökade i många marknader, inte minst i Indien och för såväl Android och iOS. Totalt ökade prenumerationssintäkterna med 20 procent.
- **Truecaller for Business fortsätter att växa sin kundbas** och under kvartalet anslöts ett flertal större varumärken inom bank- och finanssektorn som ICICI Prudential, Airtel Payments och Godrej Housing Finance. Under kvartalet utökades också produkterbjudandet med flera nya funktioner, bland annat med funktionen *Verified SMS*. Truecaller Business Messaging fortsatte att skala upp och under kvartalet slogs rekord vad det gäller antalet meddelanden.

Övriga väsentliga händelser

- **Truecaller har under första kvartalet fortsatt att återköpa B-aktier** i enlighet med mandatet från årsstämman 2022 att återköpa upp till 5 procent av utestående aktier fram till årsstämman 2023. Per 31 mars hade totalt 10 997 407 aktier återköpts till en snittkurs om 33,93 kronor. De återköpta aktierna motsvarar 3,36% av antalet utestående B-aktier. Se not 6 för mer information.

Händelser efter rapportperiodens slut

- **Den 17 april nådde Truecaller en ny milstolpe när antalet månatliga aktiva användare (MAU) passerade 350 miljoner.** Genomsnittligt antal MAU under första kvartalet var 344,4 miljoner och vid kvartalsskiftet uppgick antalet MAUs till 348,2 miljoner. Tillväxten av antalet användare tilltog mot slutet av kvartalet och i inledningen av det andra kvartalet och den ökade tillväxten har skett utan ökade marknadsföringskostnader.
- **Genom en uppdatering av Truecallers iPhone-app finns nu en komplett Live Caller ID-upplevelse tillgänglig på iPhone.** Genom integration med den virtuella assistenten Siri får användare reda på vem som ringer vilket ger iPhone-användare samma kvalitet på informationen som användare på Android. Funktionen lanserades som en del av Truecallers premiererbjudande. Den nya uppdaterade versionen innehöll också förbättrad spam-identifiering, förbättrad SMS-filtrering samt funktionen "kommentarer" där användare kan ge feedback på samtal och nummer för att förbättra informationen i Truecallers app.
- **Truecaller lanserade AI-baserat bedrägeriskydd för SMS.** Problemet med bedrägerier på SMS har ökat och för att skydda användare lanserade Truecaller en funktion som varnar användare för SMS och länkar där det finns en risk att de används för bedrägerier. Funktionen kombinerar AI med användarinput och har hittills lanserats i Indien på Androidtelefoner.
- **Truecaller förvärvade drygt 4 procent av aktierna i det Singapore-baserade spelutvecklingsbolaget Mayhem Studios Private Ltd. för drygt 30 miljoner kronor.** Bolaget fokuserar på utveckling av mobilspel för den mycket snabbt växande indiska marknaden. I tillägg till att vara en bra investering så är ambitionen att investeringen ska bidra till att Truecaller kan bygga en starkare position för sin annonsplattform inom mobilspelsmarknaden, genom ett nära samarbete där vi kan förbättra effektiviteten för Truecallers nya performance-annonser.
- **I enlighet med gällande regelverket för Truecallers återköpsprogram** så pausades återköpsprogrammet av B-aktier efter den 6 april då Truecaller gick in i tyst period inför publicering av delårsrapporten för det första kvartalet. Per den 6 april 2023 uppgick Truecallers innehav av egna B-aktier till 11 566 804 B-aktier som har återköpts till en snittkurs om 33,73 kr. Se not 9 för mer information.
- **Kallelse till årsstämman 2023 som är planerad till den 26 maj** publicerades den 26 april. Till bolagsstämman föreslås omval av styrelsen, Nami Zarringhalam föreslås som ny ordförande och bemyndigande för styrelsen att emittera samt återköpa aktier föreslås, liksom två olika incitamentprogram för Truecallers personal. Läs mer på sidan 14.



FÖRSTA KVARTALET 2023

Stark lönsamhet trots makroekonomisk osäkerhet

Efterfrågan och behovet för våra tjänster fortsätter att öka globalt. Under kvartalet fortsatte antalet användare att utvecklas positivt. Tillväxten var något svagare i början av året men ökade mot slutet av kvartalet. Den starkare tillväxten har fortsatt in i det andra kvartalet och under april nådde vi en ny milstolpe när vi passerade 350 miljoner månatliga användare. Vi är särskilt stolta över detta givet att den globala smartphoneförsäljningen minskar till följd av en svag konjunktur.

Kvartalets intäkter uppgick till 387,1 (398,2) Mkr. Annonsintäkterna var lägre medan prenumerationsintäkter och intäkter från Truecaller for Business ökade. Vårt fokus i kvartalet har varit att leverera en god lönsamhet och ett stadigt positivt kassaflöde vilket vi har åstadkommit genom ett ökat fokus på effektivitet. Våra underliggande kostnader minskar med 20 procent jämfört med fjärde kvartalet och vi redovisar en EBITDA på 150 Mkr och en EBITDA-marginal på 39%. Att redovisa den typen av lönsamhet i det säsongsmässigt svagaste kvartalet där intäkterna pressas av den globala makroekonomin visar på den starka underliggande lönsamhet som finns i vår affärsmodell.

I vår senaste rapport flaggade vi för att den rådande makroekonomiska osäkerheten förväntas påverka annonsmarknaden negativt, åtminstone under första halvåret av 2023. Den försämring av efterfrågan vi såg under andra halvan av det fjärde kvartalet 2022 kvarstod under första kvartalet även om vi sett tendenser till förbättringar mot slutet av första kvartalet. Andra kvartalet har också inletts mer positivt med enskilda dagar som nått nya rekordnivåer för annonsintäkter, kopplat till efterfrågan i samband med den indiska cricketsäsongen (IPL).

Vårt fokus är fortsatt att bygga en produkt i världsklass för våra användare, öka vår användarbas och engagemanget, samt att leverera god lönsamhet genom hela konjunkturedgången och samtidigt säkerställa att vi står ännu starkare när efterfrågan vänder uppåt igen. Den fortsatt starka användartillväxten, vår starka balansräkning, de investeringar vi gjort i produkten och vår Ad-techplattform samt de investeringar vi gör i vår serverinfrastruktur ger mycket goda förutsättningar för en positiv utväxling när makroekonomin och efterfrågan åter tar fart.

Genomsnittligt antal månatliga aktiva användare ökade med 34 miljoner och uppgick under kvartalet till 344 miljoner. Vi fortsätter att öka antalet användare på såväl Android som iOS där tillväxten är stark efter lanseringen av vår nya iOS-app under 2022. Vi har under kvartalet investerat i att växa vårt growth engineering team som fokuserar på användartillväxt, samt förbättrat produkten för att kunna fortsätta att bygga en underliggande tillväxt i våra tillväxtmarknader. 81 procent av de månatliga användarna är aktiva på daglig basis vilket är en ny rekordnivå. För att sätta detta i perspektiv så har vi en engagemangsnivå på daglig basis som är på motsvarande nivå som andra stora globala tjänster som till exempel WhatsApp och Facebook.

Den relativa användartillväxten var starkast i regioner utanför Indien och i absoluta tal var tillväxten för första gången under åren 2020-2023 lika stor utanför Indien som i Indien. Den starkare tillväxten i slutet av kvartalet har fortsatt och i april passerade vi 350 miljoner månatliga användare, en stor milstolpe för oss som bolag. Tillväxten har främst åstadkommit genom lansering av funktioner som fått viral spridning, samt genom stora förbättringar i produkten som gör att fler användare upptäcker värdet av tjänsten snabbare vilket i sin tur leder till en högre retention.

Under kvartalet har vi fortsatt att leverera ett antal större produktförbättringar som till exempel Live Caller ID på iOS som en premiumfunktion och förbättrade SMS-funktioner på iOS. Betalande iOS-användare får nu samma kvalitet på informationen som användare på Android, vilket är en stor förbättring jämfört med tidigare. Våra investeringar i AI kombinerat med återkoppling från våra användare fortsätter att bära frukt i form av förbättrad datakvalitet samt ett flertal förbättringar av funktioner som syftar till att förhindra bedrägerier över telefon, bland annat ett AI-baserat bedrägeriskydd för SMS.

Den lägre efterfrågan på digital annonsering medförde att annonsintäkterna minskade med 10 procent till 303,9 (339,0) Mkr jämfört med jämförelseperioden. Annonspriserna sjönk, till följd av generellt lägre efterfrågan som framförallt drivits av att riskkapitalägda bolag och större bolag som normalt investerar i större varumärkesbyggande kampanjer har minskat sina investeringar vilket påverkat prisbilden på marknaden. Säsongsmissigt är första kvartalet det svagaste kvartalet på annonsmarknaden. I år förstärktes detta mönster då intäkterna relaterade till den indiska cricketsäsongen (IPL) i år i sin helhet redovisas under andra kvartalet medan det under 2022 delvis redovisades i första kvartalet. Vi har under de senaste kvartalen gjort stora förbättringar av annonsplattformen för att motverka den svagare efterfrågan, i kvartalet medförde det att vi kunde öka antalet annonsvisningar med 20 procent jämfört med föregående år. Det är positivt men framförallt innebär förbättringarna att vi kommer få bättre utväxling när efterfrågan åter tar fart. Det har visat sig i början av andra kvartalet när vi för enskilda dagar slagit rekord för annonsintäkter kopplat till ökad efterfrågan i samband med IPL.

Intäkterna från prenumerationer ökade med 20 procent till 46,5 (38,9) Mkr. Intäkterna ökar främst på grund av en bättre konvertering till prenumerationserbjudandet vilket resulterade i en ökning av antalet prenumeranter med 18 procent, vilket är en högre tillväxttakt än den totala användartillväxten. Prenumerationsprodukten växer stadigt och vi ser en stor långsiktig potential i den, och med fortsatta investeringar, samt att våra marknader får en högre betalningsvilja, kan dessa med tiden bli en betydligt större andel av våra intäkter.

Truecaller for Business fortsätter att utvecklas med nya produkter och ökat antal kunder. Intäkterna ökade med 87 procent till 34,4 (18,4) Mkr och det finns nu anslutna kunder i totalt 36 länder. Under kvartalet var nyförsäljningen något lägre än tidigare då säljtiden har förlängts något, påverkat av den svagare konjunkturen. Under kvartalet lanserades "Verified SMS" i tillägg till "Verified Calling" vilket innebär att företag nu kan verifiera sig hos Truecaller för att skapa en tryggare kommunikation med konsumenterna såväl via röstsamtal som SMS. Vår satsning på företagsmeddelanden, Truecaller Business Messaging, tog ordentligt fart i kvartalet och volymerna var rekordhöga. Detta gör vi i dagsläget exklusivt tillsammans med Tanla, ett CPaaS-företag, och vi tror att detta på sikt kan bli en viktig del i vårt företagserbjudande utöver de möjligheter vi redan har skapat med våra samtalslösningar.

” Vårt fokus är fortsatt att bygga en produkt i världsklass för våra användare, öka vår användarbas och engagemanget, samt att leverera god lönsamhet genom hela konjunkturnedgången och samtidigt säkerställa att vi står ännu starkare när efterfrågan vänder uppåt igen samtidigt som vi tänker ta vara på möjligheter som kan uppstå under en lågkonjunktur.”

Vårt justerade EBITDA-resultat uppgick till 150,0 (181,4) Mkr med en justerad EBITDA-marginal på 38,8 (45,5) procent och vårt operativa kassaflöde före skatt uppgick till 126,7 (131,7) Mkr. När intäkstillväxten avtog under fjärde kvartalet ökade vi investeringarna i vår serverinfrastruktur för att få en mer skalbar samt resurssnålare arkitektur vilket på lång sikt kan få en större effekt, och jämfört med föregående kvartal minskade de underliggande kostnaderna med cirka 20 procent. Bolagets kassa samt placeringar i kortfristiga räntebärande värdepapper uppgick vid kvartalets slut till 1,6 miljarder kronor.

Vår bedömning om en generellt svagare annonsmarknad under första halvåret 2023 kvarstår även om vi i successivt under första kvartalet, samt början av andra kvartalet noterat positiva effekter på efterfrågan och priser, drivet av den indiska cricketsäsongen IPL. Den bedömning som görs av större marknadsaktörer och partners som vi löpande är i dialog med är att det andra halvåret generellt förväntas att bli något bättre än det första halvåret, men konjunkturläget och dess påverkan på annonsmarknaden är fortsatt svårbedömt.

Sammanfattningsvis så har vi haft ett kvartal med många produktförbättringar för våra användare, en stark lönsamhet trots ett svagare makro genom kontinuerliga förbättringar i vår Ad-tech-plattform, en ökad konvertering av betalande användare, vi har skalat upp Truecaller for Business på meddelandesidan, samtidigt som vi har investerat i att effektivisera vår serverinfrastruktur. Vårt fokus är fortsatt att bygga en produkt i världsklass för våra användare, öka vår användarbas och engagemanget, samt att leverera god lönsamhet genom hela konjunkturnedgången och samtidigt säkerställa att vi står ännu starkare när efterfrågan vänder uppåt igen, samtidigt som vi tänker ta vara på möjligheter som kan uppstå under en lågkonjunktur. Detta kombinerat ger mycket goda förutsättningar för en positiv utväxling när makroekonomin och efterfrågan åter tar fart.

Alan Mamedi, VD och koncernchef

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

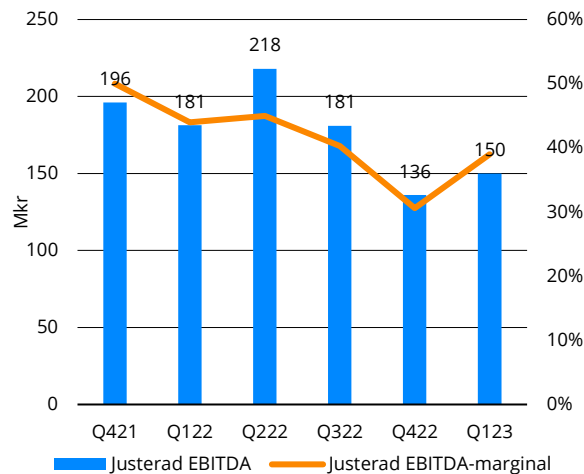
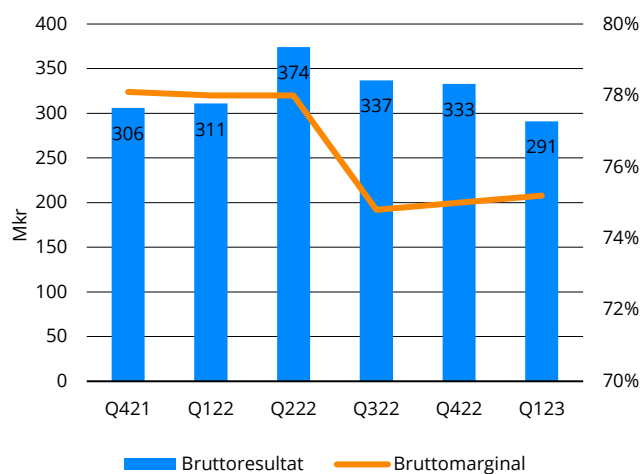
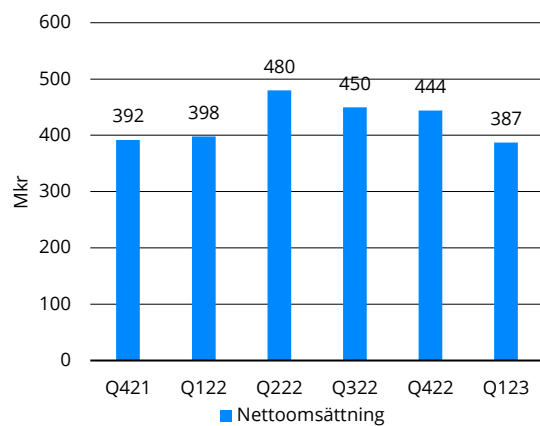
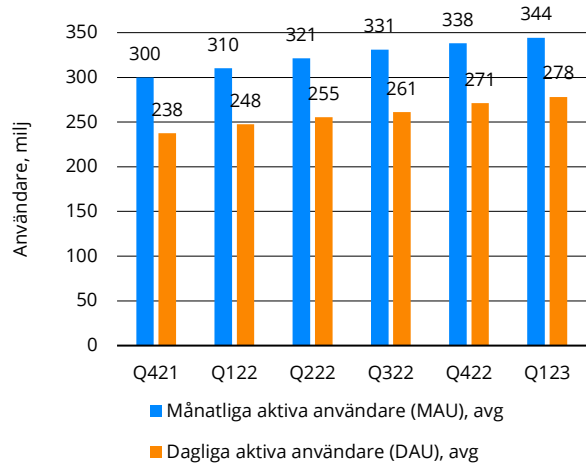
FINANSIELLA NYCKELTAL

	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)			
Nettoomsättning	387,1	398,3	1 772,9
Bruttoresultat	291,0	311,3	1 355,2
Bruttomarginal (%)	75,2%	78,1%	76,4%
Justerad EBITDA	150,0	181,4	717,2
Justerad EBITDA-marginal (%)	38,8%	45,5%	40,5%
Rörelseresultat (EBIT)	139,8	175,5	688,5
Rörelsemarginal (%)	36,1%	44,0%	38,8%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	139,8	175,5	688,5
Justerad rörelsemarginal (%)	36,1%	44,0%	38,8%
Resultat efter finansiella poster	147,0	170,1	688,1
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,30	0,36	1,43
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,30	0,35	1,43
Eget kapital	1 738,4	1 566,0	1 804,1
Balansomslutning	2 123,5	1 857,3	2 344,4
Soliditet (%)	81,9%	84,3%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	400	321	395

OPERATIVA NYCKELTAL

	Totalt	Mellanöstern & Indien Afrika Övriga världen		
Januari-mars 2023				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	344,4	249,3	69,9	25,2
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	278,0	208,8	52,3	16,9
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	0,94	0,84	1,37	3,15
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,34	4,77	10,95	13,37

	Totalt	Mellanöstern & Indien Afrika Övriga världen		
Januari-mars 2022				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	310,1	227,8	60,1	22,2
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	247,7	189,4	44,1	14,2
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,24	1,13	1,57	3,18
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,05	4,50	10,10	11,83



Finansiell utveckling

Första kvartalet 2023 (januari-mars)

Intäkter

Nettoomsättningen under det första kvartalet minskade med 3 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 387,1 (398,3) Mkr. Intäkterna ökade för intäkstyperna prenumerationer och företagserbjudandet, Truecaller for Business, medan annonsintäkterna minskade. Valutaeffekter hade en mindre positiv effekt på intäkterna under kvartalet, se Valutaexponering nedan.

Intäkterna drivs av en kombination av flera olika faktorer. En viktig sådan 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.

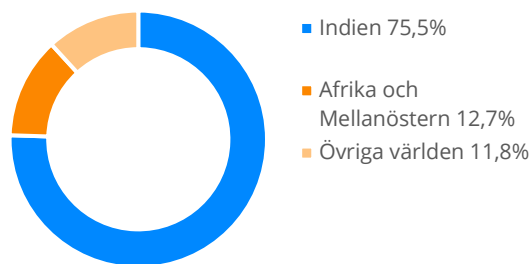
I de marknader där en tillräckligt stor del av användarna av smartphones också är användare av Truecaller, får bolaget en mycket god träffsäkerhet vid identifikationen av vilka som kontaktar användarna av bolagets app, och därigenom goda möjligheter att förhindra bedrägerier och annan oönskad kommunikation. 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.

Den senaste året har nyförsäljningen av smartphones globalt minskat. Detta har haft 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 positiva effekter på tillväxten i antalet användare, samt datakvalitén, 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 minskade i Indien med 1 procent till 292,2 (296,6) Mkr, i region Mellanöstern & Afrika med 13 procent till 49,2 (56,4) Mkr och ökade i övriga världen med 1 procent till 45,7 (45,3) Mkr.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonstäkterna minskade med 10 procent till 303,9 (339,0) Mkr. Truecaller optimerar kontinuerligt balansen mellan priser (CPM) och utnyttjandet (fyllnadsgrad) av bolagets annonsutrymme. CPM varierar därför mellan kvartalen, som en konsekvens av säsongsmässiga 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 period föregående år minskade priserna (CPM) med cirka 24 procent. Prisminskningen beror främst på en lägre efterfrågan i spåren av en svag global 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. Det faktum att den indiska cricketsäsongen (IPL) förra året genomfördes under såväl första som andra kvartalet och detta är enbart genomförd under andra kvartalet påverkar också jämförelsen mellan åren. Detta då IPL driver en ökad efterfrågan av annonsutrymme vilket också ökar CPM.

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. Detta gör att bolaget står ännu starkare än tidigare när konjunkturen vänder uppåt och efterfrågan ökar.

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 20 procent till 46,5 (38,9) Mkr. Detta är primärt en effekt av en ökad andel prenumeranter. Tillväxten av antalet prenumerationer

och prenumerationsintäkter sker i flertalet regioner och för såväl Android- som iOS-användare.

Truecaller for Business rapporteras från och med detta kvartal separat, och inte som en del av övriga intäkter. Intäkterna för Truecaller for Business uppgick till 34,4 (18,4) 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 for Business nu aktiva kunder i 36 länder. Under kvartalet var nyförsäljningen något lägre än tidigare, vilket är en effekt av den svagare globala konjunkturen som gör att företag blir försiktigare avseende att teckna nya affärsavtal. Tjänsterna säljs genom direktförsäljning, genom partners och genom en självbetjäningsportal. I samarbete med CPAAS-bolaget Tanla skickar Truecaller också B2C-meddelanden till Truecallers användare. Volymerna av affärsmeddelanden har succesivt ökat.

Övriga intäkter uppgick till 1,0 (2,3) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet minskade med 7 procent till 291,0 (311,3) Mkr jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen uppgick till 75,2 (78,1) procent och har varit stabil under de tre senaste kvartalen. 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 andra halvåret 2022 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 hade en viss negativ påverkan på bruttomarginalen jämfört med jämförelseperioden.

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

Rörelseresultat före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) uppgick till 150,0 (181,4) Mkr. Den justerade EBITDA-marginalen uppgick till 38,8 (45,5) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade till 139,8 (175,4) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 36,1 (44,0) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 139,8 (175,4) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 36,1 (44,0) procent.

Det lägre rörelseresultatet beror i stor utsträckning på de minskade annonsintäkterna till följd av en sämre konjunktur, timingeffekter kopplat till IPL (den indiska cricketsäsongen), något lägre bruttomarginal samt ökade kostnader för incitamentsprogram.

Bolaget fortsätter att noga följa efterfrågeutvecklingen i syfte att anpassa kostnaderna under den pågående makroekonomiska avmattningen, utan att för den skull göra avkall på tillväxtpotentialen då efterfrågan åter tar fart. Kostnaderna exklusive incitamentskostnader minskade i jämförelse med jämförelseperioden och minskade också jämfört med de tre senaste kvartalet till följd av ett antal effektivitetsförbättringar under slutet av 2022 samt första kvartalet 2023. Bland annat så har investeringarna i användarförvärv inriktats på ett mindre antal fokusmarknader där kostnadseffektiviteten är hög.

Personalkostnaderna under kvartalet ökade till 84,8 (58,7) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ökat antal medarbetare och lönejusteringar. Rekryteringstakten av ny personal har under perioden minskat väsentligt som en följd av den svagare efterfrågan. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram (LTIP 2021 och LTIP 2022) medförde en lönekostnad för perioden om 10,6 (3,4) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 0,4 (-) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Lönekostnaderna värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet. De sociala avgifterna påverkas av aktiekursen i slutet av varje redovisningsperiod och kan därför komma att uppgå till väsentligt högre belopp framöver och skapa en volatilitet i resultaträkningen. I syfte att tydliggöra personalkostnadernas fördelning mellan personalkostnader hänförliga till löner, och personalkostnader relaterade till prestations- eller aktiekursrelaterade incitamentprogram, så kommer bolaget att fortsätta att särredovisa de senare. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 2,9 (0,9) procentenheter och varit 41,6 (46,4) procent. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader minskade till 57,1 (73,4) Mkr jämfört med samma period föregående år. Minskningen av kostnaderna är främst en effekt av att investeringarna i användartillväxt och marknadsföring har fokuserats på ett mindre antal marknader där kostnadseffektiviteten är hög.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 147,0 (170,1) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 109,1 (133,7) Mkr. Finansnettot uppgick till 7,2 (-5,4) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser om 4,5 (0,9) Mkr, ränteintäkter om 4,1 (-5,0) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -1,3 (-1,3) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 37,9 (36,4) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 25,8 (21,4) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,30 (0,36) SEK och efter utspädning till 0,30 (0,35) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 80,1 (121,5) Mkr. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -519,1 (-29,1) Mkr och inkluderade en investering i kortfristiga räntefonder om -500,0 (-0,0) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -189,1 (-28,7) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -182,2 Mkr i innevarande period. Periodens kassaflöde uppgick till -628,1 (63,7) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel

som uppgick till 699,5 (1 302,2) Mkr och soliditeten uppgick till 81,9 (84,3) procent. Utöver likvida medel har Truecaller 900,0 (150,0) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder.

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

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 31 mars 2023 till 2 123,5 (1 857,3) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 60,0 (38,7) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 93,8 (125,6) Mkr. Ökningen av kundfordringar är främst hänförlig till ökningen av direktförsäljning inom annonsaffären samt tillväxten inom Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för bolagets kunder är normalt 30 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 mars 2022 till 2,2 (1,7) Mkr. Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare är främst kopplade till fordringar gentemot Google och Facebook.

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 första kvartalet 2023

aktiverades 1,1 (2,8) 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 hade en mindre positiv påverkan på omsättningen under första kvartalet 2023 jämfört med motsvarande kvartal 2022. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar inte påverkade EBITDA-marginalen.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 1,6 (1,0) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 1,4 (-5,4) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till 1,2 (-4,3) Mkr. Likvida medel uppgick den 31 mars 2023 till 173,5 (718,7) Mkr. Utöver likvida medel har Truecaller AB 400,0 (150,0) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget

Produktuppdatering

Investering i teknik för tillväxt och ökad servereffektivitet

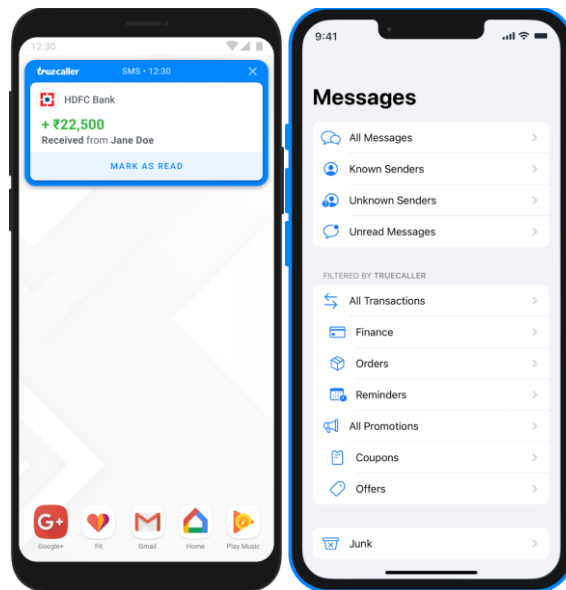
Under första kvartalet gjorde Truecaller stora framsteg med att förbättra appens kärninfrastruktur. Riktade tekniska insatser skapade en effektivare verksamhet, vilket resulterade i smartare resursanvändning och sänkta kostnader. Med fokus på förbättringar av användarupplevelsen som ökar retentionen optimerade Truecaller sin infrastruktur genom finslipad arkitektur och lägre latens. Det ledde till snabbare svarstider, vilket i sin tur minskade serverkostnaderna, dataanvändningen och resurserna i samband med att förse användarna med tjänster. Låg latens minimerar dessutom risken för serveravbrott eller störningar som både kan bli ekonomiskt kostsamma och skada användarupplevelsen.

Under 2022 investerade Truecaller i att stärka sitt tillväxtteam. Den strategiska investeringen i ingenjörresurser förväntas förbättra Truecallers kapacitet att främja och driva långsiktig organisk och icke-organisk tillväxt. Truecaller investerade i förbättrade mätverktyg för att på en betydligt granulärare nivå följa användarbeteenden och identifiera brister i processerna för aktivering och retention. Under första kvartalet resulterade det i förbättringar av produkten, ökat användarengagemang och en betydande ökning av retentionen för nya användare. Dessa initiativ förväntas ha långsiktigt positiv påverkan på den organiska tillväxten och retentionen.

Initiativ för förbättrad användarupplevelse och bedrägeribekämpning

Truecaller fortsätter att förbättra sitt kärnerbjudande för att uppfylla löftet om en smartare, säkrare och effektivare upplevelse för alla kommunikationsbehov. Truecallers AI Identity-modell, som bygger på artificiell intelligens och maskininläring, utvecklades vidare under första kvartalet, så att användarna säkert får den mest aktuella och relevanta informationen om okända nummer i realtid. Feedback från communityn hade stor betydelse för dessa förbättringar, och antalet upp/ner-röster och kommentarer ökade med 63 procent från föregående kvartal. Genom att ta hjälp av community-feedback för att förbättra AI Identity skapas en positiv spiral: När fler användare bidrar med information via dessa kanaler förbättras Truecallers datakvalitet, vilket leder till ännu fler interaktioner i appen. Andra initiativ baserade på AI Identity under första kvartalet ledde till fortsatta förbättringar av datakvaliteten på både mogna och framväxande marknader.

En viktig utveckling under första kvartalet var expansionen av AI Identity till SMS genom introduktionen av Message ID, en tjänst för verifiering av textmeddelanden. Med Message ID kan användaren enkelt verifiera en SMS-avsändare med hjälp av visuella signaler i appen. Message ID drivs av Truecallers avancerade maskininlärningsmodeller, och all bearbetning sker lokalt på användarens enhet, vilket garanterar fullständigt integritetsskydd. Funktionen prioriterar tidskänsliga meddelanden, transaktions- och fakturameddelanden, stoppar skräppost och bedrägerier samt säkerställer snabb och säker leverans.



Truecaller fortsatte att utveckla sitt erbjudande för iPhone-användare genom att ytterligare optimera funktionerna för samtalsidentifiering på iOS. Förbättringarna under första kvartalet omfattade bland annat uppdaterad SMS-filtrering för användare på nyckelmarknaderna. Den nya filtreringsmekanismen använder samma maskininlärningsmodell som på Android och säkerställer att meddelanden hamnar i rätt inkorg (t.ex. skräp, rabatterbjudanden osv.). Arbetet med att förbättra Truecaller-upplevelsen på iPhone fortsätter att visa stark potential, med stabil tillväxt inom samtliga nyckeltal. Under första kvartalet fortsatte den dagliga aktiva användarbasen på iPhone att visa god tillväxt, medan retentionen fortsatt förbättrades, särskilt jämfört med före lanseringen av den helt nya Truecaller-upplevelsen på iPhone i augusti 2022.

Utöver det interna produktutvecklingsarbetet utökade Truecaller även samarbetet med indiska myndigheter. Apptjänsten Government Directory Services (GDS) hjälper indiska användare att kommunicera med myndigheterna genom smidig åtkomst till verifierade kontakter, och tjänsten omfattar numera över 30 olika delstater och regioner. Dessutom innebar samarbetet med Delhi-polisen att organisationens officiella telefonnummer och adresser lades till i GDS-katalogen, vilket ytterligare skyddar invånarna mot bedrägerier.

Första kvartalet innebar även stora förbättringar av Truecallers webbfunktioner, inklusive en utökning av sökupplevelsen. Det innebär att fördelarna från Truecaller-appen även utnyttjas på webben, vilket främjar intentionsdriven trafik till webbplatsen. Truecaller fokuserade också på att förbättra lokaliseringen av webbplatsen så att den blir mer relevant för varje användare och attraherar organisk trafik från ett bredare spektrum av marknader. De här satsningarna fortsätter att generera positiva resultat i form av ökad webbtrafik och förbättrat SEO-resultat. Truecaller utforskar även innovativa sätt att förbättra sina funktioner för datorer och öka implementeringen i regioner

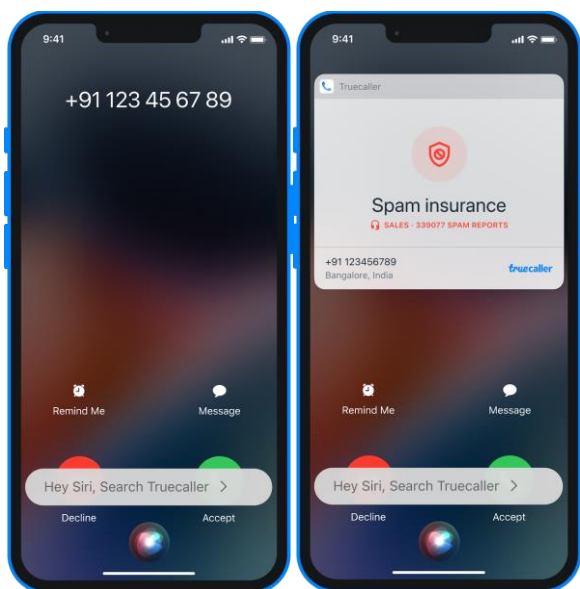
med högre användning av datorer. Med ytterligare satsningar planerade för webben under 2023 strävar Truecaller fortsatt efter att leverera bästa möjliga användarupplevelse på alla plattformar.

Förbättrade erbjudande inom premium-tjänster och molntelefoni

Den positiva utvecklingen för Truecallers betalerbjudande fortsatte, och antalet prenumaranter ökade med 18 procent jämfört med första kvartalet 2022. Det nyligen lanserade familjeabonnemanget fortsätter att attrahera användare, och 80 procent av de som tecknar sig för abonnemanget är nya prenumaranter. I USA utökades paketet till att även omfatta Truecaller Assistant.

Truecaller fortsätter att utveckla sitt premiumerbjudande genom att introducera nya tjänster, utöka assistentfunktionaliteten och utarbeta de mest attraktiva prispaketen för sina användare. Med hjälp av "Vem har sökt efter mig", en förlängning av den populära funktionen "Vem har besökt min profil", kan prenumaranterna se vilka som har sökt efter deras nummer via Truecaller. Funktionen, som lanserades i början av första kvartalet, har redan visat mycket positiva resultat när det gäller ökad konvertering av användare till premiumerbjudandet.

När det gäller iPhone gjordes Live Caller ID tillgängligt för betalande iPhone-användare globalt. Som den första serverbaserade tjänsten för nummersökning i realtid på iPhone visar Live Caller ID tydligt på Truecallers ambition att stärka sin ställning på Apple-enheter. Live Caller ID bygger på Truecallers egenutvecklade teknik på iOS-plattformen och ger användarna omedelbar, tillförlitlig identifiering av inkommande samtal från okända nummer. Den här utvecklingen innebär ett stort framsteg i arbetet med att möjliggöra samma kvalitet för Truecaller-upplevelsen på iPhone som på Android. Nyckeltalen ser lovande ut, bland annat i form av fler konverteringar samt ökad användning.



Truecaller Assistant, den senaste betalfunktionen driven av teknik för molntelefoni, utvecklades ytterligare under första kvartalet. Nu har användarna ännu större möjligheter att anpassa sin upplevelse efter sina specifika behov. De kan exempelvis skapa en personlig hälsning när assistenten svarar på inkommande samtal. Den anpassade hälsningen kan

skraddarsys för olika uppringare baserat på deras klassificering (t.ex. telefonkontakter, kända bedragare, uppringare utanför kontaktlistan). Under första kvartalet integrerade Truecaller även röstbrevlådan i erbjudandet. Tack vare molntelefoni kan röstbrevlådan, som tidigare inte varit tillgänglig på många av Truecallers kärnmarknader, därmed utökas till fler länder parallellt med expansionen av Truecaller Assistant. Under första kvartalet gjorde Truecaller framsteg för att kunna lansera Truecaller Assistant på ännu fler marknader. Med utgångspunkt i de värdefulla insikterna från den första lanseringen i USA förbereds nu en expansion av tjänsten till nya marknader, vilket ger ännu fler användare möjlighet att uppleva fördelarna med molntelefoni.

Ytterligare förbättringar av Truecallers egenutvecklade Adtech

Trots att minskad efterfrågan påverkar annonsintäkterna fortsätter Truecaller att förbättra sina AdTech-funktioner för att erbjuda en överlägsen upplevelse för annonsörer, partners och slutanvändare. Investeringarna i annonseringsfunktioner under föregående år har gett resultat, vilket framgår av fortsatta förbättringar inom samtliga nyckeltal – inklusive en ökning av det totala antalet annonsvisningar med 20 procent jämfört med första kvartalet 2022.

Tekniska optimeringar på utbudssidan leder till fortsatta förbättringar av visningshastighet och effektivitet under hela annonseringens livscykel. Nyckeltal som annonsinteraktioner och klickfrekvens fortsätter att utvecklas positivt och kommer att innebära en stark drivkraft när efterfrågan återhämtar sig. Andra pågående initiativ på utbudssidan omfattar fortsatt utveckling av anpassade format inom befintligt annonsutrymme för att driva bättre resultat, och optimeringar av annonsutrymmet på iOS för ökade intäkter från Truecallers växande användarbas på iPhone.

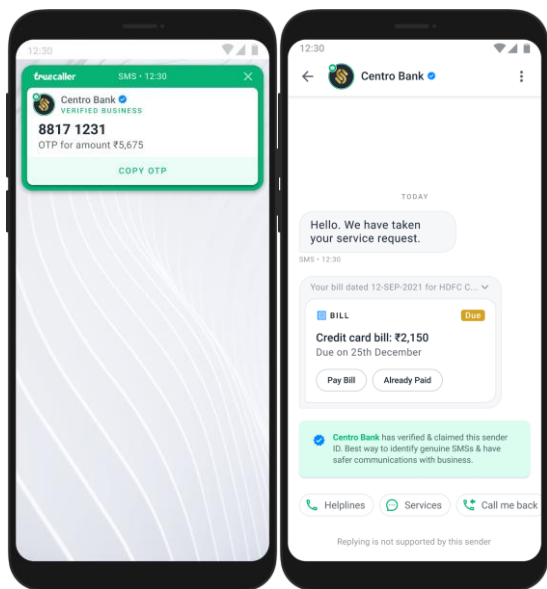
Investeringarna i Truecallers oberoende tech stack har gett positiva resultat, med starkt ökad efterfrågan på Truecaller egna annonsplattform. Under första kvartalet fortsatte Truecaller att bygga ut den interna kapaciteten för att stärka erbjudandet till det växande antalet partners och annonsörer. Truecaller Ad Server stöder nu mer avancerade funktioner som anpassad målgruppsinriktning och riktad annonsering, vilket bland annat har lett till ökad konverteringsgrad (t.ex. för appinstallationer, leadgenerering och försäljning), samtidigt som rätt balans mellan precision och skala upprätthålls. Truecaller fortsätter att samarbeta med partners i ekosystemet, exempelvis inom mobilmätning och attribution, för att effektivisera annonsplattformen för optimerat resultat. Andra initiativ för effektivare annonsering har också haft stor framgång, vilket gör det möjligt för annonsörerna att fatta mer välgrundade beslut om de kampanjer som körs på Truecaller Ad Server.

Arbetet med att stärka efterfrågesidan av Truecallers plattform fortsätter att ge resultat, och direktannonserarna har tillgång till en helhetslösning med olika verktyg för målgruppsinriktning och optimering av kampanjer. Förutom att ge åtkomst till olika målgrupper även utanför Truecallers ekosystem har investeringarna på efterfrågesidan möjliggjort Truecallers omvandling till en partner för fullständiga annonslösningar, som tillgodoser ett brett spektrum av användningsfall inom hela annonseringsfunneln.

Fokuserade investeringar för ökad företagstillväxt och utökat erbjudande

Efterfrågan på Truecaller for Business (TfB) utvecklas i stabil takt, vilket visar på den fortsatta relevansen och behovet av Truecallers affärslösningar trots en mer utmanande makroekonomisk miljö. Första kvartalet ökade antalet företagskunder med 57 procent jämfört med föregående år. TfB gynnas av ett fortsatt starkt intresse från bank- och finanssektorn, och bland de nya kunderna under kvartalet märks stora varumärken som ICICI Prudential, Airtel Payments och Godrej Housing Finance. Samtidigt som erbjudandet passar perfekt för bank- och finansmarknaden har kundportföljen fortsatt att expandera även utanför sektorn, med en växande andel företag inom fordonsindustri, logistik, detaljhandel med flera. Implementeringen av TfB har även haft en stabil tillväxt utanför Indien: Övriga länder står för 18 procent av den totala kundbasen (jämfört med 15 procent under samma period 2022).

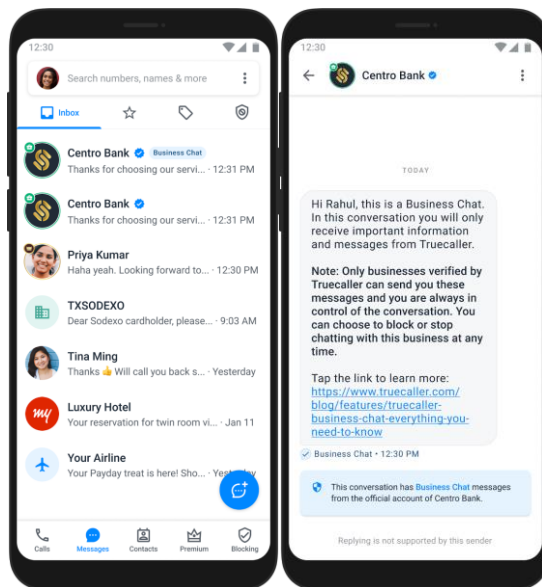
Truecallers företagserbjudande fortsatte att utvecklas, med ett antal milstolpar under första kvartalet. Bland annat utökades verifierade företagsnummer även till SMS – ett viktigt steg i utvecklingen av erbjudandet. Eftersom SMS fortsatt är en viktig kanal för företagen erbjuder Verified SMS ett kraftfullt verktyg för organisationer som vill skapa en mer effektiv SMS-kommunikation med sina målgrupper. Genom att ge användaren en försäkras om att ett SMS-meddelande är äkta och säkert ökar Verified SMS förtroendet för ett företags varumärke. Verified SMS lanserades kommersiellt i slutet av första kvartalet och har redan genererat intresse från några av de volymmässigt största SMS-avsändarna i Indien, framför allt inom bank- och finanssektorn.



Andra satsningar inom produktutveckling syftade till att underlätta tvåvägskommunikation mellan användare och företag, vilket i sin tur ger tydliga intent-signaler från användarna till organisationerna. Call Me Back for Business, en befintlig funktion som gör det möjligt för användare att be ett företag att ringa tillbaka när de inte kan svara på ett samtal, uppdaterades under första kvartalet så att användarna nu kan ange vilken tid de föredrar att bli uppringda. Funktionen förväntas öka konverteringsgraden för företagen, och de första resultaten visar på ett samband mellan användningen av Call Me Back och användarnas köpbensägnet. En annan ny

funktion, User Feedback, introducerar ett nytt sätt för företag att få kundfeedback och insikter i realtid efter besvarade, missade och avisade samtal. Funktionen User Feedback bygger på självbetjäning och är helt anpassningsbar, så att feedback kan begäras i flera olika format baserat på samtalets kontext.

Business Messaging, en banbrytande tjänst som levereras i samarbete med den ledande CPaaS-leverantören Tanla, underlättar distributionen av meddelanden till slutkunder på ett säkrare, mer tillförlitligt och kostnadseffektivt sätt. Under första kvartalet skalades implementeringen upp betydligt, med över 1,5 miljarder meddelanden levererade till slutanvändare – en volymtillväxt på 100 procent jämfört med föregående kvartal. Förutom ökad effektivitet innebär Business Messaging även att företagen kan analysera sina meddelanden och få de insikter som krävs för att finjustera meddelandena och optimera resultaten. Business Messaging har visat sig väl lämpat för många olika användningsområden, inklusive meddelanden om transaktioner, fakturabetalningar, leveranser och allmän information. För viktiga transaktions- och fakturarelaterade ärenden är produkten utformad så att användarna inte missar viktiga meddelanden. De företag som har implementerat Business Messaging – bland annat några av Indiens mest kända varumärken – har observerat ökad användarinteraktion jämfört med traditionella SMS, vilket innebär stor potential för ännu bredare implementering framöver.



Truecaller fortsätter att bygga ut sin funktionalitet för att möta den växande efterfrågan och de nya behoven hos företagskunderna. Under första kvartalet gjorde Truecaller stora framsteg inom tekniksatsningar som främjar affärserbjudandet, och ompositionerade Truecaller som en plattform där företagen kan integrera sina CRM-system med Truecallers API:er. Plattformens API:er ger företagen flexibilitet att anpassa sin kommunikation och förbättra den övergripande kundupplevelsen. Dessa satsningar för att utveckla Truecallers plattform till ett mer holistiskt affärsverktyg visar företagets åtagande att driva innovation och skapa värde för företagskunder och slutanvändare.

Övrig information

Årsstämma 2023

Den 26 april skickades kallelse till Truecallers årsstämma ut. Årsstämman genomförs den 16 maj klockan 14.00 i bolagets lokaler på Mäster Samuelsgatan 56 i Stockholm.

Till bolagsstämman har styrelsen bland annat lagt fram förslag om bemyndiganden för att besluta om emissioner om upp till 10 procent av nuvarande antal aktier i bolaget samt bemyndigande att återköpa och överlåta upp till 10 procent av antalet utestående B-aktier i bolaget. Styrelsen har också föreslagit ett beslut om införande av ett personaloptionsprogram samt ett aktieprogram för Truecallers personal. Vid maximal tilldelning uppgår de två programmens potentiella utspädning till 0,86 av det totala antalet aktier i bolaget.

Valberedningen föreslår bland annat ett omval av den nuvarande styrelsen, Bing Gordon, Alan Mamedi, Annika Poutianen, Helena Svanar, Nami Zarringhalam och Shailesh Lakhani. Som styrelseordförande föreslås Nami Zarringhalam. Valberedning föreslår också oförändrade styrelsearvoden samt omval av bolagets revisor Ernst & Young med Jennifer Rock-Bailey som ansvarig revisor.

All information om anmälan, dokument och fullständig kallelse finns tillgänglig på <https://corporate.truecaller.com/sv-se/governance/general-meetings>.

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 2022.

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

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 11 maj 2023 kl. 07.30 CET.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Nettoomsättning	3	387 064	398 300	1 772 926
Övriga intäkter		21	9	7 506
Aktiverat arbete för egen räkning		1 018	2 245	5 204
Förmedlingskostnader		-96 108	-87 050	-417 689
Övriga externa kostnader		-57 118	-73 430	-349 750
Personalkostnader		-84 830	-58 701	-301 031
Av- och nedskrivningar		-10 220	-5 927	-28 664
Rörelseresultat		139 827	175 447	688 502
Finansnetto		7 199	-5 380	-381
Resultat efter finansiella poster		147 026	170 067	688 121
Skatt		-37 906	-36 372	-152 891
Periodens resultat ¹⁾		109 120	133 695	535 230
Resultat per aktie				
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,30	0,36	1,43
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,30	0,35	1,43
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		367 572 311	373 696 919	373 273 365
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		367 572 311	375 343 332	373 300 072

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Periodens resultat		109 120	133 695	535 230
Övrigt totalresultat för perioden				
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>				
Omräkningsdifferens		-952	-302	-753
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>				
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	-1 891
Övrigt totalresultat för perioden		-952	-302	-2 645
Totalresultat för perioden ¹⁾		108 168	133 393	532 586

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

Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2023 31 mar	2022 31 mar	2022 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		33 653	34 209	34 530
Övriga immateriella tillgångar		14 567	13 955	15 200
Materiella anläggningstillgångar		17 642	1 314	8 118
Nyttjanderättstillgångar		136 932	88 225	139 777
Uppskjuten skattefordran		38 022	40 132	39 584
Andra långfristiga fordringar	4	14 777	18 819	16 697
Summa anläggningstillgångar		255 592	196 654	253 906
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	260 415	208 838	362 175
Kortfristiga placeringar	4	907 941	149 604	400 490
Likvida medel	4	699 510	1 302 180	1 327 801
Summa omsättningstillgångar		1 867 865	1 660 623	2 090 466
SUMMA TILLGÅNGAR		2 123 457	1 857 277	2 344 372
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 738 400	1 565 957	1 804 093
Summa eget kapital		1 738 400	1 565 957	1 804 093
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		6 345	4 445	7 653
Leasingskulder		115 559	70 723	118 208
Uppskjuten skatteskuld		33 532	20 800	34 563
Övriga långfristiga skulder	4	8 568	12 097	8 395
Summa långfristiga skulder		164 003	108 065	168 819
Kortfristiga skulder				
Leasingskulder		21 820	16 233	23 307
Övriga kortfristiga skulder	4	199 234	167 022	348 153
Summa kortfristiga skulder		221 055	183 255	371 460
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		2 123 457	1 857 277	2 344 372

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	147 026	170 067	688 121
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	10 935	8 692	47 094
Betald inkomstskatt	-46 586	-10 123	-154 078
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	111 374	168 636	581 137
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital			
Förändringar av rörelsefordringar	-6 616	-34 599	-50 434
Förändringar av rörelseskulder	-24 623	-12 523	79 707
Kassaflöde från den löpande verksamheten	80 136	121 514	610 410
Investeringsverksamheten			
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-26 824	-32 158
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-10 551	-	-7 594
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	-
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1 141	-2 760	-7 146
Investering i kortfristiga placeringar	-500 000	-	-250 000
Förändring av finansiella fordringar	-7 450	461	-425
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-519 143	-29 123	-297 323
Finansieringsverksamheten			
Erhållna medel för teckningsoptioner	-	-	3 146
Återköp teckningsoptioner	-	-374	-872
Amortering av leasingskuld	-6 926	-5 148	-19 869
Utbetalning syntetiska optioner	-	-23 140	-23 140
Återköp av egna aktier	-182 164	-	-182 389
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-189 090	-28 662	-223 124
Periodens kassaflöde	-628 098	63 729	89 963
Likvida medel vid periodens början	1 327 801	1 238 443	1 238 443
Valutakursdifferens i likvida medel	-194	9	-605
Likvida medel vid periodens slut	699 510	1 302 180	1 327 801

Rapport över förändring i eget kapital i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare				
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	Summa eget kapital hänförligt till moderföretagets ägare
Ingående eget kapital 2022-01-01	747	1 707 864	3 153	-300 354	1 411 410
Periodens resultat	-	-	-	133 695	133 695
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-302	-	-302
Periodens totalresultat	-	-	-302	133 695	133 393
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	1	-	-	18 152	18 152
Teckningsoptioner	-	-374	-	-	-374
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	3 375	3 375
Summa	1	-374	-	21 527	21 153
Utgående eget kapital 2022-03-31	748	1 707 490	2 851	-145 132	1 565 957
Ingående eget kapital 2023-01-01	758	1 710 139	2 400	90 797	1 804 093
Periodens resultat	-	-	-	109 120	109 120
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-952	0	-952
Periodens totalresultat	-	-	-952	109 120	108 168
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-184 470	-184 470
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	10 610	10 610
Summa	-	-	-	-173 861	-173 861
Utgående eget kapital 2023-03-31	758	1 710 139	1 448	26 056	1 738 400

Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Rörelsens intäkter		1 566	1 034	6 734
Övriga externa kostnader		-2 541	-3 006	-13 003
Personalkostnader		-2 763	-1 697	-12 846
Rörelseresultat		-3 738	-3 670	-19 116
Finansnetto		5 181	-1 746	-2 978
Resultat efter finansiella poster		1 443	-5 416	-22 094
Bokslutsdispositioner		-	-	102 600
Resultat före skatt		1 443	-5 416	80 506
Skatt		-295	1 116	-16 598
Periodens resultat		1 148	-4 300	63 908

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2023 31 mar	2022 31 mar	2022 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag		10 297 177	10 217 177	10 247 177
Uppskjuten skattefordran		-	17 698	-
Summa anläggningstillgångar		10 297 177	10 234 875	10 247 177
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar		12 739	27 291	12 357
Fordringar hos koncernföretag		12 471	26 370	106 248
Kortfristiga placeringar		405 193	149 604	400 490
Likvida medel		173 472	718 691	305 935
Summa omsättningstillgångar		603 875	921 957	825 030
SUMMA TILLGÅNGAR		10 901 053	11 156 832	11 072 207
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital och skulder				
Eget kapital		10 886 786	11 152 347	11 059 499
Skulder hos koncernföretag		-	74	-
Kortfristiga skulder		14 226	4 410	12 708
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		10 901 053	11 156 832	11 072 207

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 apportemission riktad till True Software Scandinavia ABs ägare, som behöll sina relativa ägarandelar i Truecaller AB. Den nybildade koncernen är en direkt fortsättning på True Software Scandinavia-koncernen och Truecaller har därmed tagit över True Software Scandinavia-koncernens finansiella historik ograverad.

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

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

Eget kapital

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

Not 2. Uppskattningar och bedömningar

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

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

Not 3. Intäkter från avtal med kunder

Belopp i Tkr	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Geografisk region			
Indien	292 158	296 568	1 324 080
Mellanöstern och Afrika	49 159	56 427	237 096
Övriga världen	45 747	45 305	211 750
Intäkter från avtal med kunder	387 064	398 300	1 772 926

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

Belopp i Tkr	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Typ av tjänst			
Annonsintäkter	303 924	338 955	1 488 558
Användarintäkter	46 546	38 883	170 507
Truecaller for Business	34 375	18 417	105 473
Övriga intäkter	2 219	2 044	8 388
Intäkter från avtal med kunder	387 064	398 300	1 772 926

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 mars 2023

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	14 777	14 777
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	93 826	93 826
Kundfordringar	-	59 984	59 984
Kortfristiga placeringar	907 941	-	907 941
Likvida medel	-	699 510	699 510
Totalt	907 941	868 096	1 776 037
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	58 872	58 872
Villkorad tilläggsköpeskilling	13 520	-	13 520
Totalt	13 520	58 872	72 392

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 mars 2022

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	18 819	18 819
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	125 615	125 615
Kundfordringar	-	38 712	38 712
Kortfristiga placeringar	149 604	-	149 604
Likvida medel	-	1 302 180	1 302 180
Totalt	149 604	1 485 326	1 634 930
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	28 776	28 776
Villkorad tilläggsköpeskilling	16 785	-	16 785
Totalt	16 785	28 776	45 561

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

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 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 nettning.

Kortfristiga placeringar

Truecaller har 900,0 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	2023 jan - mar	2022 jan - mar	2022 jan - dec
Ingående balans	400 490	150 066	150 066
Investering kortfristiga placeringar	500 000	-	250 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	7 451	-462	424
Utgående balans	907 941	149 604	400 490

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	2023 jan - mar	2022 jan - mar	2022 jan - dec
Ingående balans	13 301	-	-
Anskaffningsvärde	-	16 785	16 785
Utbetalning	-	-	-5 228
Värdeförändring redovisad i resultatet	219	-	1 744
Utgående balans	13 520	16 785	13 301

Not 5. Incitamentsprogram

På årsstämman den 24 maj 2022 godkändes styrelsens förslag avseende incitamentsprogram LTIP 2022 till ledande befattningshavare, nyckelpersoner och anställda i Truecaller-koncernen. LTIP 2022 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 redovisas mot eget kapital. Koncernen redovisar en reserv för upplupna sociala kostnader för programmet baserade på det beräknade förmånsvärdet 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	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-10,6	-3,4	-28,4
Sociala avgifter	-0,4	-	-1,8
Kostnader för LTIP21 och LTIP22	-11,1	-3,4	-30,2

Not 6. 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. Fram till rapportperiodens slut har totalt 10 997 407 B-aktier återköpts för 373,3 Mkr inklusive transaktionskostnader.

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	10 997 407
- varav C-aktier som innehas av Truecaller	5 100 000

Totalt antal utestående aktier, netto efter aktier som innehas av Truecaller 362 962 303

Not 7. Eventualförpliktelser

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

Not 8. Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har ägt rum under rapportperioden.

Not 9. Händelser efter balansdagen

Efter rapportperiodens slut har Truecaller i linje med det aktieåterköpsprogram som inleddes den 23 september 2022 återköpt ytterligare 569 397 B-aktier för 17,0 Mkr inklusive transaktionskostnader. Truecallers totala innehav av egna B-aktier uppgår till 11 566 804 stycken som har återköpts för totalt 390,3 Mkr inklusive transaktionskostnader.

Den 10 april 2023 förvärvade Truecaller drygt 4 procent av aktierna i det Singapore-baserade spelutvecklingsbolaget Mayhem Studios Private Ltd. för 32,6 miljoner kronor. Investeringen finansierades genom befintlig kassa. Bland övriga investerare fanns bland annat Sequoia och Mobile Premier League. Mayhem Studios Private Ltd. fokuserar på utveckling av mobilspel för den indiska marknaden. Den indiska marknaden för mobilspel förväntas växa starkt från 2,8 miljarder USD i 2022 till 5 miljarder USD i 2025 och antalet spelare förväntas växa från 400 miljoner i 2022 till 500 miljoner i 2025. Tillgången på prismsärd mobildata i kombination med ökad penetration av smartphones är två av faktorerna som väntas bidra till den starka marknadstillväxten.

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, 2023-05-11

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.	Bruttoresultat 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.	Bruttomarginal 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 för 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 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, Mkr	2023 jan-mar	2022 jan-mar	2022 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal			
Nettoomsättning	387,1	398,3	1 772,9
Minus förmedlingskostnader	-96,1	-87,0	-417,7
Bruttoresultat	291,0	311,3	1 355,2
Dividerat med Nettoomsättning	387,1	398,3	1 772,9
Bruttomarginal	75,2%	78,1%	76,4%
Justerad EBITDA och justerad EBITDA-marginal			
Resultat före skatt	147,0	170,1	688,1
Exklusive Finansnetto	-7,2	5,4	0,4
Exklusive Av- och nedskrivningar	10,2	5,9	28,7
EBITDA	150,0	181,4	717,2
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	-	-
Justerad EBITDA	150,0	181,4	717,2
Dividerat med Nettoomsättning	387,1	398,3	1 772,9
Justerad EBITDA-marginal	38,8%	45,5%	40,5%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal			
Resultat före skatt	147,0	170,1	688,1
Exklusive Finansnetto	-7,2	5,4	0,4
Rörelseresultat (EBIT)	139,8	175,5	688,5
Dividerat med Nettoomsättning	387,1	398,3	1 772,9
Rörelsemarginal	36,1%	44,0%	38,8%
Justerat rörelseresultat (EBIT) och justerad rörelsemarginal			
Rörelseresultat (EBIT)	139,8	175,5	688,5
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	-	-
Justerat rörelseresultat (EBIT)	139,8	175,5	688,5
Dividerat med Nettoomsättning	387,1	398,3	1 772,9
Justerad rörelsemarginal	36,1%	44,0%	38,8%

Soliditet

Summa Eget kapital	1 738,4	1 566,0	1 804,1
Dividerat med Summa tillgångar	2 123,5	1 857,3	2 344,4
Soliditet	81,9%	84,3%	77,0%