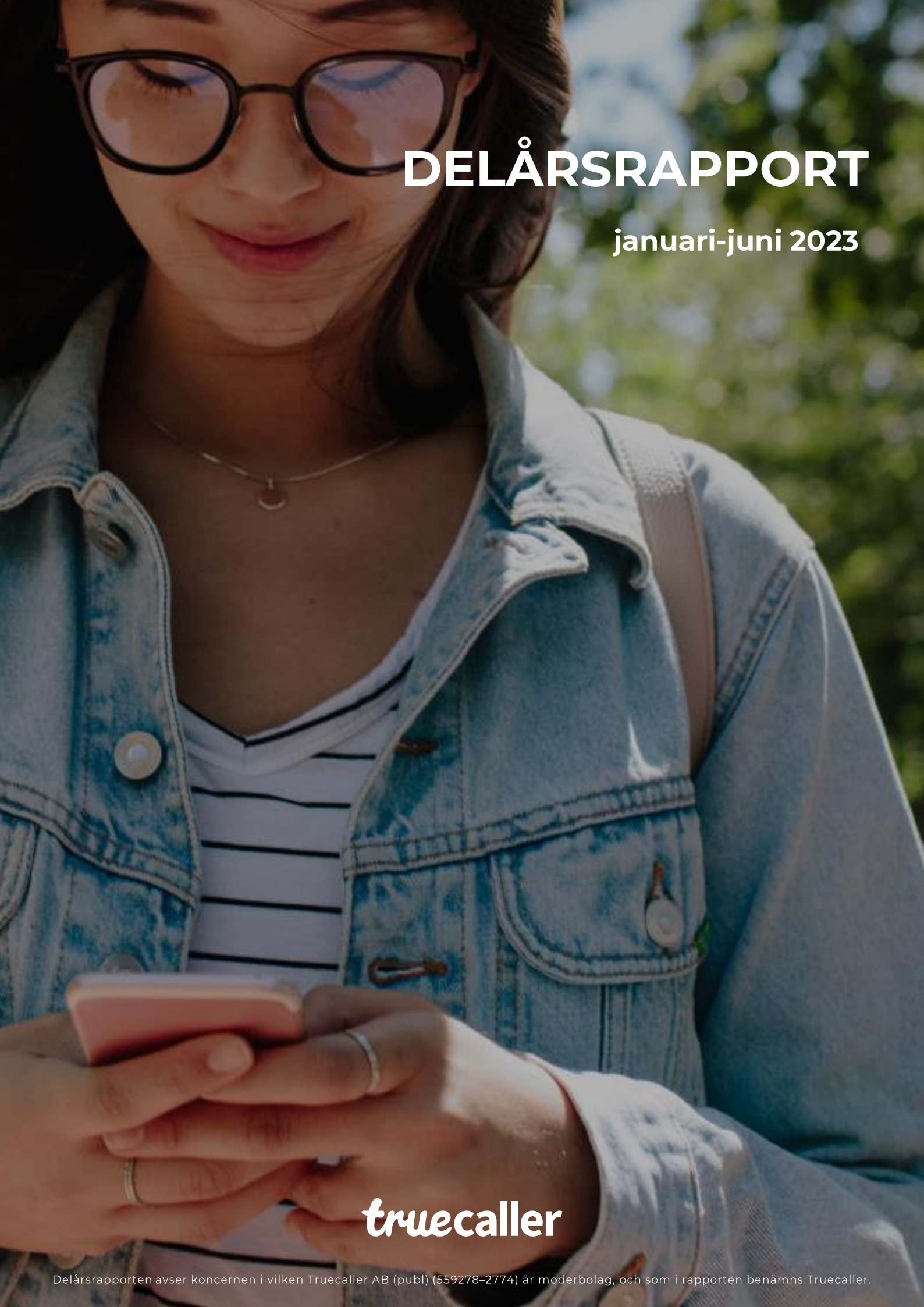


A close-up photograph of a young woman with dark hair and glasses, wearing a light blue denim jacket over a white and black striped shirt. She is looking down at a pink smartphone held in her hands. The background is a blurred green outdoor setting.

DELÅRSRAPPORT

januari-juni 2023

truecaller

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

Truecaller delårsrapport

April-juni 2023 (Q2)

Jämförelsesiffror avser april-juni 2022

- **Nettoomsättningen** ökade med 8 procent och uppgick till 518,4 (480,4) Mkr.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 238,5 (218,5) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 46,0 (45,5) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 249,7 (225,4) Mkr, vilket hade motsvarat en justerad EBITDA-marginal om 48,2 (46,9) procent.
- **Resultatet för kvartalet påverkas inte** av några jämförelsestörande poster. Motsvarande kvartal föregående år påverkades inte heller av några jämförelsestörande poster.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 205,9 (172,7) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,56 (0,46) kr före utspädning och 0,56 (0,46) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 34,2 miljoner till 355,6 (321,4) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 9 procent i Indien, minskade med 4 procent i Mellanöstern och Afrika och i resten av världen ökade omsättningen med 13 procent.

Januari-juni 2023

Jämförelsesiffror avser januari-juni 2022

- **Nettoomsättningen** ökade med 3 procent och uppgick till 905,5 (878,7) Mkr.
- **Justerad EBITDA** uppgick till 388,6 (399,8) Mkr, motsvarande en justerad EBITDA-marginal om 42,9 (45,5) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade justerad EBITDA uppgått till 410,8 (410,2) Mkr, vilket hade motsvarat en justerad EBITDA-marginal om 45,4 (46,7) procent.
- **Resultatet för perioden påverkas inte** av några jämförelsestörande poster. Motsvarande period föregående år påverkades inte heller av några jämförelsestörande poster.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 315,1 (306,4) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,86 (0,82) kr före utspädning och 0,86 (0,82) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 34,2 miljoner till 350,0 (315,8) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 4 procent i Indien, minskade med 8 procent i Mellanöstern och Afrika och i resten av världen ökade omsättningen med 7 procent.

FINANSIELLA NYCKELTAL

Koncernen, Mkr (om inte annat anges)	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Nettoomsättning	518,4	480,4	905,5	878,7	1 772,9
Bruttoresultat	395,3	374,2	686,3	685,4	1 355,2
Bruttomarginal (%)	76,3%	77,9%	75,8%	78,0%	76,4%
Justerad EBITDA	238,5	218,5	388,6	399,8	717,2
Justerad EBITDA-marginal (%)	46,0%	45,5%	42,9%	45,5%	40,5%
Rörelseresultat (EBIT)	227,8	212,9	367,6	388,3	688,5
Rörelsemarginal (%)	43,9%	44,3%	40,6%	44,2%	38,8%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	227,8	212,9	367,6	388,3	688,5
Justerad rörelsemarginal (%)	43,9%	44,3%	40,6%	44,2%	38,8%
Resultat efter finansiella poster	260,0	222,1	407,1	392,2	688,1
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,56	0,46	0,86	0,82	1,43
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,56	0,46	0,86	0,82	1,43
Eget kapital	1 827,1	1 745,9	1 827,1	1 745,9	1 804,1
Balansomslutning	2 221,8	2 126,9	2 221,8	2 126,9	2 344,4
Soliditet (%)	82,2%	82,1%	82,2%	82,1%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	400	351	400	351	395

Väsentliga händelser under kvartalet

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

- **Ökad användartillväxt.** De förbättringar som gjorts av användarupplevelsen i appen, det förbättrade och förenklade onboardingflödet, ett minskat bortfall av befintliga användare samt den koncentrerade strategin för användarförvärv har ökat användartillväxten. Samtliga regioner visade god tillväxt och i regioner utanför Truecallers största marknader, Indien och Afrika och Mellanöstern, var tillväxten den högsta hittills. Den högsta procentuella tillväxten skedde i marknader som Sydostasien och Syd- och Mellanamerika. Under kvartalet slogs också ett rekord när det kommer till andel användare som använder appen dagligen då 81,4 procent av de månatligen aktiva användarna (MAU) också var dagligt aktiva användare (DAU). Tillväxten sker fortsatt såväl på Android som iOS.
- **Ökad konvertering till premiumerbjudandet,** Truecallers positiva utveckling med fler betalande användare fortsätter. Under kvartalet fortsatte utrullningen av värdeskapande tjänster från Truecallers molntelefoniplattform, bland annat lanserades Truecaller Assistant i Australien, Kanada och i slutet av kvartalet även i Indien. Voice-recording lanserades i USA och kommer under tredje kvartalet att lanseras på fler marknader. Lanseringen av nya betalplaner som till exempel Family Plan fortsätter också att attrahera nya betalande användare.
- **Truecaller for Business fortsätter att växa med nya kunder och med större engagemang hos befintliga kunder.** Under kvartalet fortsatte Truecallers kundbas av företagskunder att växa. Tillväxten i länder utanför Indien ökade. Några av de nya kunderna var Volvo, PayTM Lending, National Bank of Kuwait och Domino's. I samband med avtalsförlängningar med ett par av Truecallers största kunder utökades avtalen ytterligare och är nu de hittills största avtalen. Under kvartalet fortsatte produkten företagsmeddelanden att växa och under kvartalet levererades mer än 2,2 miljarder meddelanden, vilket är den hittills högsta volymen.

Övriga väsentliga händelser

- **Den 26 maj hölls Truecallers årsstämma** där styrelsen omvaldes i sin helhet och Nami Zarringhalam valdes till ny styrelseordförande. Årsstämman bemyndigade också styrelsen att emittera upp till 10 procent av antalet utestående aktier vid årsstämman. Styrelsen bemyndigades också att återköpa B-aktier uppgående till maximalt 10 procent av antalet utestående aktier vid tidpunkten för årsstämman vilket inkluderar de aktier som återköpts till och med årsstämman 2023. Årsstämman beslutade också om införande av ett nytt incitamentsprogram för Truecallers personal, LTIP 2023. All information om årsstämman finns på Truecallers hemsida.
- **Den 7e juni beslutade Truecallers styrelse att använda bemyndigandet från årsstämman avseende att återköpa B-aktier.** Det totala antalet aktier som får återköpas motsvarar 37 905 971 aktier (10 procent av utestående aktier vid tidpunkten för årsstämman) och bemyndigandet gäller fram till nästa årsstämma i maj 2024. Per 30 juni har totalt 15 012 779 B-aktier återköpts vilket inkluderar de aktier som återköptes med det tidigare mandatet som gavs av årsstämman 2022. Se not 6 för mer information. Därutöver har totalt 5 600 000 C-aktier emitterats och återköpts för att möjliggöra framtida leverans av aktier till anställda inom ramen för LTIP 2022 och LTIP 2023.
- **Den 16e juni informerade Truecaller om att styrelsen utnyttjat bemyndigandet att emittera och återköpa C-aktier för att säkerställa bolagets åtaganden enligt LTIP 2023.** Totalt emitterades och återköptes 500 000 C-aktier vilka senare kan komma att omvandlas till B-aktier.



ANDRA KVARTALET 2023

Rekordkvartal trots makroekonomisk motvind

Truecallers andra kvartal var vårt hittills starkaste kvartal sett till såväl antalet användare som till intäkter och resultat. Jag är särskilt stolt över att det är något vi har åstadkommit trots makroekonomiska utmaningar som innebär minskad efterfrågan på digital annonsering och minskad försäljning av nya smartphones.

Behovet av våra produkter växer och vår användartillväxt har tilltagit. Under kvartalet hade vi i genomsnitt 355,6 (321,4) miljoner månatliga användare. Vår tillväxt av dagligt aktiva användare är den högsta sedan slutet av 2020 och vi växer starkt i samtliga regioner och såväl på iOS som Android. Vår tillväxt i marknader utanför våra största marknader, Indien samt Afrika och Mellanöstern, är rekordhög. I våra utvalda tillväxtmarknader som Malaysia, Indonesien, Colombia, Chile och USA var den annualiserade tillväxttakten över 30 procent i det andra kvartalet. Användartillväxten sker fortsatt primärt organiskt och med lägre marknadsföringskostnader vilket visar det ökade behovet av våra produkter. Vårt långsiktiga fokus på att bygga en ännu bättre produkt för att öka det dagliga engagemanget visar positivt resultat, och funktioner som till exempel "Kommentarer", "AI Assistenten", "Smart SMS" genererar betydligt högre engagemang och långsiktig retention.

Kvartalets intäkter uppgick till 518,4 (480,4) Mkr. Samtliga intäktsströmmar, annonser, prenumerationer och Truecaller for Business växte. Allra snabbast växte intäkterna för Truecaller for Business.

EBITDA uppgick till 238,5 (218,5) Mkr vilket motsvarar en EBITDA-marginal på 46,0 (45,5) procent. Lägre marknadsföringskostnader och det faktum att vi framgångsrikt har gjort investeringar och effektiviseringar i vår tekniska plattform möjliggör att de totala kostnaderna är på samma nivå som föregående år. Bland annat så har investeringarna i användarförvärv inriktats på ett mindre antal fokusmarknader där kostnadseffektiviteten och avkastningen på investeringen är hög.

Det andra kvartalet är säsongsmässigt starkt för vårt största intäktslag, annonsintäkter. Totalt sett uppgick annonsintäkterna till 425,2 (414,2) Mkr. Precis som föregående år ökade efterfrågan på digital annonsering starkt under perioden för Indiens största idrottsevenemang, Indian Premier League (IPL) i cricket. Detta då Truecaller som annonsplattform passar väl för annonsörer som vill nå ut till många människor fort eftersom Truecaller används av 216 miljoner indier dagligen och som i genomsnitt använder Truecaller cirka 30 gånger per dag.

Effekten från IPL var lika stark i år som föregående år medan den generella annonsefterfrågan fortsatt är lägre än 2022. Efterfrågan har stabiliserat sig, och vi ser i dagsläget ingen ytterligare försvagning men inte heller någon väsentlig förbättring i jämförelse med slutet av första kvartalet. Vi möter den dämpade efterfrågan genom att fortsätta investera i en effektivare teknisk plattform, och nya funktioner för att öka engagemanget i produkten och därigenom öka antalet performance-relaterade annonsvisningar. Under andra kvartalet fortsatte volymen av annonser på Truecallers egna annonsplattform att öka vilket möjliggör bättre marginaler, mer kontroll och ett minskat beroende av externa annonsplattformar.

Intäkterna från prenumerationer ökade med 21 procent till 50,1 (41,4) Mkr. Vi fortsätter att öka konverteringen till betalande användare och antalet prenumeranter ökade med 21 procent vilket översteg användartillväxten som var 13%. Under kvartalet adderade vi mer funktionalitet till premiumerbjudandet med funktioner från vår molntelefoniplattform. Den AI-baserade funktionen Truecaller Assistant lanserades i Kanada och Australien samt mot slutet av kvartalet även i Indien och AI-baserad samtalsinspelningsfunktionen Call Recording lanserades i USA. Båda dessa funktioner kommer successivt att lanseras på fler marknader. Dessa funktioner har redan börjat bidra positivt till intäkstillväxten och vi ser också ett positivt bidrag från användare som väljer att ta längre prenumerationer. Att prenumeranter väljer nya prisplaner som Truecallers familjeabonnemang samt att inkludera AI-assistenten utöver baspaketet bidrar positivt till våra intäkter.

Truecaller for Business fortsätter att utvecklas med nya funktioner och ökat antal kunder. Intäkterna ökade med 75 procent till 41,8 (23,6) Mkr. Vi ser fortsatt en god efterfrågan i såväl Indien som andra regioner. Samtidigt som affären växer så arbetar vi konstant med att bygga ut vår produktportfölj för att hjälpa våra kunder att bli mer effektiva i sin dagliga verksamhet. Under kvartalet förnyades ett antal större avtal som nu omfattar en större del av kundernas verksamhet och/eller med mer funktioner vilket bidragit till de högre intäkterna. Vår satsning på företagsmeddelanden, Truecaller Business Messaging, fortsatte att utvecklas väl och volymerna i kvartalet slog nya rekord.

Framväxten av artificiell intelligens (AI) är en viktig drivkraft för vår verksamhet. Röstimitationer, phishingförsök och mer sofistikerade bedrägeriförsök ökar snabbt över ett större antal kanaler på grund av användningen av AI-baserad teknik. Vi anpassar våra lösningar för att bättre göra det möjligt för konsumenter och företag att skydda sig själva. Det finns ingen bättre positionerad än Truecaller för att lösa detta med tanke på vår distribution, datamodeller och datakällor. Utvecklingen av AI-teknik och maskininlärningsmodeller fortsatte under kvartalet för att proaktivt kunna identifiera sms-bedrägeriförsök. En samtalsidentifieringslösning för WhatsApp-samtal lanserades som svar på det växande problemet på vissa

marknader med oönskad kommunikation i denna kanal. Att skapa fler och ännu bättre verktyg för att minska risken för bedrägerier är ett område där vi kommer att fortsätta investera och där vi ser ett växande intresse från både företag och konsumenter.

AI ger oss också möjligheten att göra saker som gläder användare och sparar tid. Vår AI-drivna samtalsassistent är ett bra exempel på det. Vi är uppmuntrade av responsen från den första produkten, och vi vet att det finns mycket mer som är möjligt att utveckla. Vi planerar också lösningar för företag som möjliggör bättre förståelse av kundinteraktioner och driver långsiktiga relationer.

” Vi avser leverera en god lönsamhet genom hela konjunkturnedgången, samtidigt som vi tänker ta vara på möjligheter som kan uppstå. Vi fortsätter att utveckla våra olika intäktsströmmar liksom våra olika regionala marknader för att långsiktigt diversifiera våra intäkter.”

Vårt operativa kassaflöde före skatt och förändringar av rörelsefordringar är fortsatt starkt och uppgick till 248,8 (222,9) Mkr. Vi har en stabil balansräkning utan skulder och med en kassa samt placeringar i kortfristiga räntebärande värdepapper som vid kvartalets slut uppgick till 1,6 miljarder kronor. Vi innehar idag också 20,6 miljoner B- och C-aktier och med det utökade mandatet från bolagsstämman finns möjlighet att återköpa ytterligare 17,3 miljoner aktier fram till årsstämman 2024.

Sammanfattningsvis redovisar vi Truecallers starkaste kvartalsresultat någonsin med en tilltagande användartillväxt. Andra kvartalet är säsongsmässigt starkt men den generella annonsefterfrågan är lägre än föregående år, och konjunkturläget och dess påverkan på annonsmarknaden är fortsatt svårbedömt. Försvagningen av annonsmarknaden som vi såg effekterna av från och med fjärde kvartalet 2022 kvarstår, men efterfrågan har stabiliserats.

Vi fortsätter att fokusera på det vi kan kontrollera, i syfte att säkerställa att vi står ännu starkare när den efterfrågan vänder uppåt igen. Vår användarbas fortsätter att växa i snabb takt eftersom de problem vi löser är globala, och växande. Vi utvecklar kontinuerligt vår världsledande produkt för våra användare, och vi ökar engagemanget hos användarna genom ökad funktionalitet. Vi avser leverera en god lönsamhet genom hela konjunkturnedgången, samtidigt som vi tänker ta vara på möjligheter som kan uppstå. Vi fortsätter att utveckla våra olika intäktsströmmar liksom våra olika regionala marknader för att långsiktigt diversifiera våra intäkter. Detta kombinerat ger mycket goda förutsättningar för en mycket positiv utveckling när konjunkturläget förbättras och den efterfrågan på digital annonsering åter tar fart.

Alan Mamedji, VD och medgrundare

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)					
Nettoomsättning	518,4	480,4	905,5	878,7	1 772,9
Bruttoresultat	395,3	374,2	686,3	685,4	1 355,2
Bruttomarginal (%)	76,3%	77,9%	75,8%	78,0%	76,4%
Justerad EBITDA	238,5	218,5	388,6	399,8	717,2
Justerad EBITDA-marginal (%)	46,0%	45,5%	42,9%	45,5%	40,5%
Rörelseresultat (EBIT)	227,8	212,9	367,6	388,3	688,5
Rörelsemarginal (%)	43,9%	44,3%	40,6%	44,2%	38,8%
Justerat rörelseresultat (EBIT)	227,8	212,9	367,6	388,3	688,5
Justerad rörelsemarginal (%)	43,9%	44,3%	40,6%	44,2%	38,8%
Resultat efter finansiella poster	260,0	222,1	407,1	392,2	688,1
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,56	0,46	0,86	0,82	1,43
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,56	0,46	0,86	0,82	1,43
Eget kapital	1 827,1	1 745,9	1 827,1	1 745,9	1 804,1
Balansomslutning	2 221,8	2 126,9	2 221,8	2 126,9	2 344,4
Soliditet (%)	82,2%	82,1%	82,2%	82,1%	77,0%
Antal anställda vid periodens slut	400	351	400	351	395

OPERATIVA NYCKELTAL

	Totalt	Indien	Mellanöstern & Afrika	Övriga världen
April-juni 2023				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	355,6	255,4	72,5	27,7
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	289,3	216,3	54,8	18,2
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	1,28	1,21	1,38	3,02
Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,60	5,18	10,74	13,82

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

Januari-juni 2023

Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)

Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)

Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)

Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

Totalt	Mellanöstern & Afrika Övriga världen		
	Indien	Afrika	Övriga världen
350,0	252,3	71,2	26,5
283,7	212,6	53,6	17,5
1,11	1,03	1,37	3,07
8,47	4,98	10,84	13,59

Januari-juni 2022

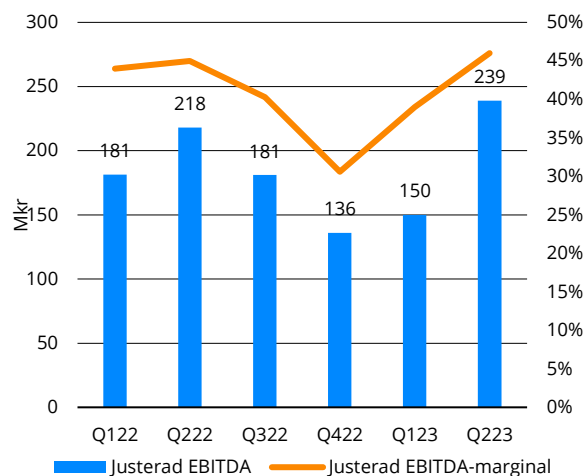
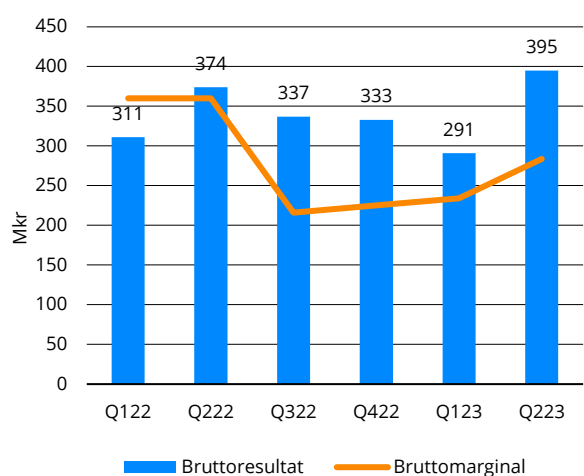
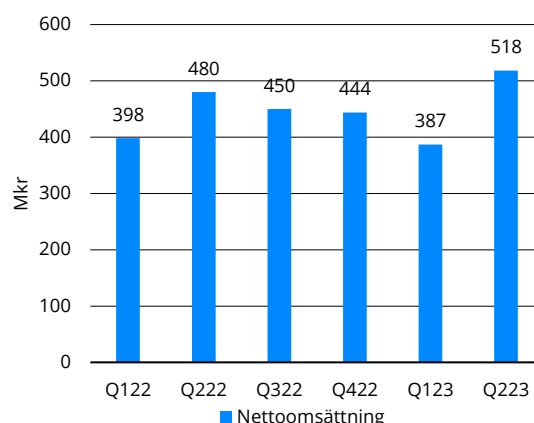
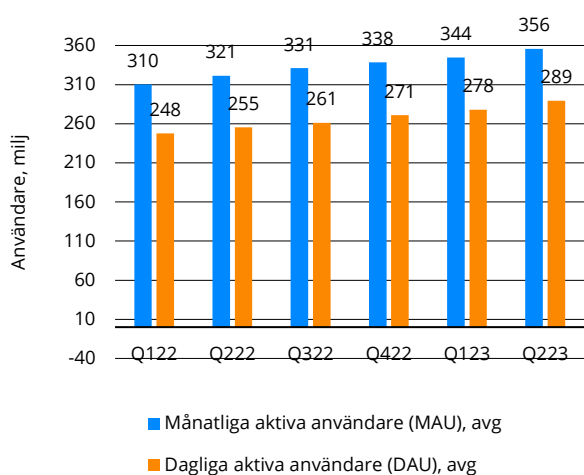
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)

Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)

Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)

Genomsnittlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)

Totalt	Mellanöstern & Afrika Övriga världen		
	Indien	Afrika	Övriga världen
315,8	231,7	61,5	22,6
251,6	191,9	45,1	14,6
1,36	1,27	1,60	3,31
8,39	4,82	10,35	12,18



Finansiell utveckling

Andra kvartalet 2023 (april-juni)

Intäkter

Nettoomsättningen under det andra kvartalet ökade med 8 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 518,4 (480,4) Mkr. Intäkterna ökade för samtliga intäkstyper, annonser, prenumerationer och Truecaller for Business. Valutaeffekter hade en mycket begränsad 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.

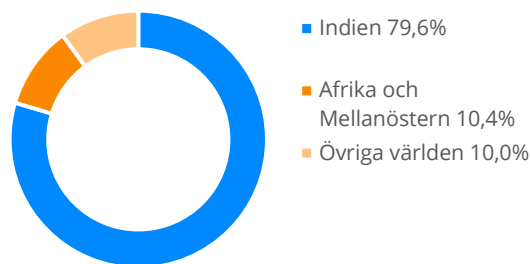
Den senaste året har nyförsäljningen av smartphones globalt minskat. Detta har haft en viss påverkan på tillväxten i antalet månatliga aktiva användare (MAU) av Truecallers app, eftersom många väljer att börja använda appen då de skaffar sin första smartphone, eller byter till en modernare version.

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 ökade i Indien med 9 procent till 412,9 (378,7) Mkr, minskade i region Mellanöstern & Afrika med 4 procent till 53,7 (55,9) Mkr och ökade i övriga världen med 13

procent till 51,9 (45,8) Mkr. Minskningen av intäkter i region Mellanöstern och Afrika beror främst på minskade intäkter i Truecallers största marknad i regionen Egypten. Minskningen av intäkterna i Egypten beror på den försämrade makroekonomin vilket minskat efterfrågan och fått valutan att försvagas.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonstänkterna ökade med 3 procent till 425,2 (414,2) 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 14 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 varit tydlig även i marknader där den underliggande makroekonomiska utvecklingen är fortsatt god, som Indien. Under andra kvartalet genomfördes den indiska cricketsäsongen (IPL) vilket ökade efterfrågan efter annonsutrymme hos Truecaller vilket ökar prisnivåerna.

Effekterna av den generellt 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. Antalet annonsvisningar ökade med 21 procent jämfört med motsvarande period föregående år.

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 21 procent till 50,1 (41,4) Mkr. Detta är primärt en effekt av en ökad andel prenumeranter och antalet prenumerationer ökade med 22 procent. Tillväxten av antalet prenumerationer och prenumerationsintäkter sker i flertalet regioner och för såväl Android- som iOS-användare. Truecaller har under det senaste året också adderat fler funktioner till premiumerbjudandet och lanserat nya prisplaner vilket haft en positiv påverkan på tillväxten av betalande användare.

Intäkterna för Truecaller for Business ökade till 41,8 (23,5) 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. 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 1,4 (1,2) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 6 procent till 395,3 (374,2) Mkr jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen uppgick till 76,3 (77,9) procent men ökade jämfört med de tre föregående 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. Truecaller 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 i förhållande till 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. Initiativ för att öka effektiviteten kopplat till dessa kostnader har tagits under 2023 och kostnaden för serverhosting har varit stabil sedan fjärde kvartalet 2022.

Rörelseresultat

Rörelseresultat före av- och nedskrivningar exklusive jämförelsestörande poster (justerad EBITDA) ökade med 9

procent till 238,5 (218,5) Mkr. Den justerade EBITDA-marginalen uppgick till 46,0 (45,5) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade till 227,8 (212,9) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 43,9 (44,3) procent. Rörelseresultatet har förbättrats tack vare ökningar av intäkterna för samtliga intäktsslag där det största bidraget kommit från Truecaller for Business. Kostnaderna var stabila jämfört med föregående år.

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 något i förhållande till jämförelseperioden 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 92,5 (78,6) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ökat antal medarbetare och den årliga lönejusteringen som fick effekt från början av kvartalet. Rekryteringstakten av ny personal har under perioden minskat som en följd av den svagare efterfrågan. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönekostnad för perioden om 10,4 (5,9) Mkr, med motsvarande ökning av eget kapital, samt sociala avgifter om 0,8 (1,0) 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 det rapporterade resultatet. I syfte att tydliggöra personalkostnadernas fördelning mellan personalkostnader hänförliga till löner, och personalkostnader relaterade till prestations- eller aktiekursrelaterade incitamentprogram, så kommer bolaget att fortsätta att särredovisa de senare. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 2,2 (1,4) procentenheter och varit 48,2 (46,9) procent. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader minskade till 65,0 (79,2) 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 ökade med 17 procent och uppgick till 260,0 (222,1) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 205,9 (172,7) Mkr. Finansnettot uppgick till 32,2 (9,2) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser om 28,3 (11,4) Mkr, räntetäkter om 5,3 (-0,8) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -1,3 (-1,3) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 54,1 (49,4) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 20,8 (22,3) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,56 (0,46) SEK och efter utspädning till 0,56 (0,46) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 205,5 (280,9) Mkr varav 2,2 (61,8) MSEK var hänförligt till förändringar

av rörelsekapital och -45,5 (-3,7) Mkr är hänförligt till betalad inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -45,8 (-2,5) Mkr och inkluderade en investering i finansiella anläggningstillgångar om -32,8 (-) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -149,0 (-4,1) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -140,7 Mkr i innevarande period. Periodens kassaflöde uppgick till 10,7 (274,3) Mkr. Vid kvartalets utgång hade Truecaller likvida medel som uppgick till 714,6 (1 578,3) Mkr och soliditeten uppgick till 82,2 (82,1) procent. Utöver likvida medel har Truecaller 918,6 (148,6) 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 30 juni 2023 till 2 221,8 (2 126,9) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 76,0 (40,2) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 98,5 (97,2) 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 30 juni 2023 till 3,9 (1,4) 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 det andra kvartalet 2023 aktiverades 0,5 (3,0) 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 också ökar bolagets kostnader. Den största exponeringen ur ett valutaperspektiv är gentemot den indiska valutan, INR, samt mot USD. Bolaget uppskattar att valutakursförändringar hade en mycket begränsad, positiv, påverkan på omsättningen under andra kvartalet 2023 jämfört med motsvarande kvartal 2022. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar inte påverkade EBITDA-marginalen.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 2,6 (1,8) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 401,6 (-7,2) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 401,2 (-5,7) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2023 till 41,2 (721,6) Mkr. Utöver likvida medel har Truecaller AB 410,4 (148,6) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget

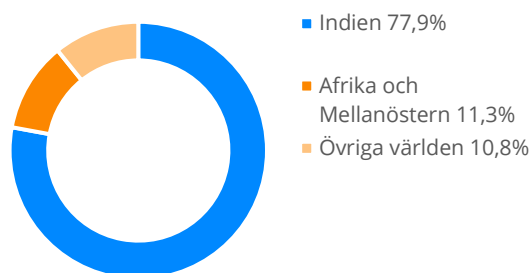
Januari – juni 2023

Intäkter

Nettoomsättningen för perioden januari till juni uppgick till 905,5 (878,7) Mkr, en ökning med 3 procent jämfört med samma period föregående år. Intäkterna för Truecallers företagserbjudande, Truecaller for Business samt prenumerationsintäkterna ökade medan annonsintäkterna minskade något. Valutaeffekter hade en mindre positiv effekt på intäkterna under perioden, se Valutaexponering nedan.

Intäkternas fördelning per region

Under perioden ökade nettoomsättningen i Indien med 4 procent till 705,1 (675,4) Mkr, minskade i region Mellanöstern & Afrika med 8 procent till 102,8 (112,2) Mkr och ökade i övriga världen med 7 procent till 97,6 (91,0) Mkr. Minskningen av intäkter i region Mellanöstern & Afrika är främst orsakade av en kraftig försvagning av valutan i Truecallers största marknad i regionen, Egypten.



Intäkternas fördelning per tjänst

Annonsintäkterna minskade med 3 procent till 729,1 (753,2) Mkr. Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 20 procent till 96,6 (80,3) Mkr. Detta är primärt en effekt av fler premiumprenumeranter. Intäkterna från Truecaller for Business ökade och uppgick till 76,1 (41,9) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet uppgick till 686,3 (685,4) Mkr, vilket ger en minskning av bruttomarginalen med 2,2 procentenheter till 75,8

(78,0) 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. 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. 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 388,6 (399,8) Mkr motsvarande en justerad EBITDA-marginal på 42,9 (45,5) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till 367,6 (388,3) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 40,6 (44,2) procent. EBIT exklusive jämförelsestörande poster (justerat rörelseresultat) uppgick till 367,6 (388,3) Mkr med en justerad rörelsemarginal om 40,6 (44,2) procent.

Personalkostnaderna uppgick till 177,3 (137,3) Mkr. Lönekostnaderna ökade som en effekt av ett ökande antal medarbetare, i kombination med årliga lönejusteringar. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönekostnad för perioden om 21,0 (9,3) Mkr med motsvarande ökning av eget kapital samt sociala avgifter om 1,2 (1,0) Mkr redovisat som avsättning i balansräkningen. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen ökat med 2,5 (1,2) procentenheter och varit 45,4 (46,7) procent. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader uppgick till 122,1 (152,6) Mkr. Minskningen av kostnaderna är främst en effekt av att investeringarna i användarförvärv och marknadsföring har fokuserats på ett mindre antal marknader där kostnadseffektiviteten är hög. 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 något i jämförelse med jämförelseperioden till följd av ett antal effektivitetsförbättringar under slutet av 2022 samt första kvartalet 2023.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 407,1 (392,2) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 315,1 (306,4) Mkr. Finansnettot uppgick till 39,4 (3,9) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser om 32,7 (12,3) Mkr, ränteutgifter om 9,4 (-5,8) Mkr samt övriga finansiella kostnader om -2,7 (-2,6) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 92,0 (85,8) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 22,6 (21,9) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,86 (0,82) SEK och efter utspädning till 0,86 (0,82) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 285,6 (402,4) Mkr varav -29,1 (14,6) Mkr är hänförligt till förändringar

av rörelsekapital och -92,1 (-13,9) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -564,9 (-31,6) Mkr och inkluderade investering i kortfristiga räntefonder om -500,0 (-) Mkr och en investering i finansiella anläggningstillgångar om -32,8 (-) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -338,1 (-32,8) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om 322,9 Mkr i innevarande period. Periodens kassaflöde uppgick till -617,4 (338,0) Mkr. Vid periodens utgång hade Truecaller likvida medel uppgående till 714,6 (1 578,3) Mkr. Soliditeten var 82,2 (82,1) procent. Utöver likvida medel har Truecaller 918,6 (148,6) 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 30 juni 2023 till 2 221,8 (2 126,9) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Personal

Antalet anställda vid periodens slut var 400 (351). Genomsnittligt antal anställda under perioden januari till juni var 401 (329). 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 1,7 (5,7) 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 hade en mycket begränsad positiv effekt på intäkterna jämfört med motsvarande period föregående år, men rörelsemarginalen har inte påverkats av valutakursförändringar.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för perioden uppgick till 4,2 (2,9) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 403,0 (-12,6) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 402,4 (-10,0) Mkr. Likvida medel uppgick den 30 juni 2023 till 41,2 (721,7) Mkr. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget

Produktuppdatering

Truecallers andra kvartal har omfattat flera viktiga produktlanseringar såväl som ett fortsatt fokus på kostnadseffektivitet. Produkter baserade på plattformen för molntelefoni har haft en betydande tillväxt och utökats geografiskt. Insatser har gjorts för att öka möjligheterna att bekämpa bedrägerisamtal och fortsätta att effektivisera intäktsgenereringen för Truecaller annonsplattform, Truecaller for Business och för prenumerationserbudandet.

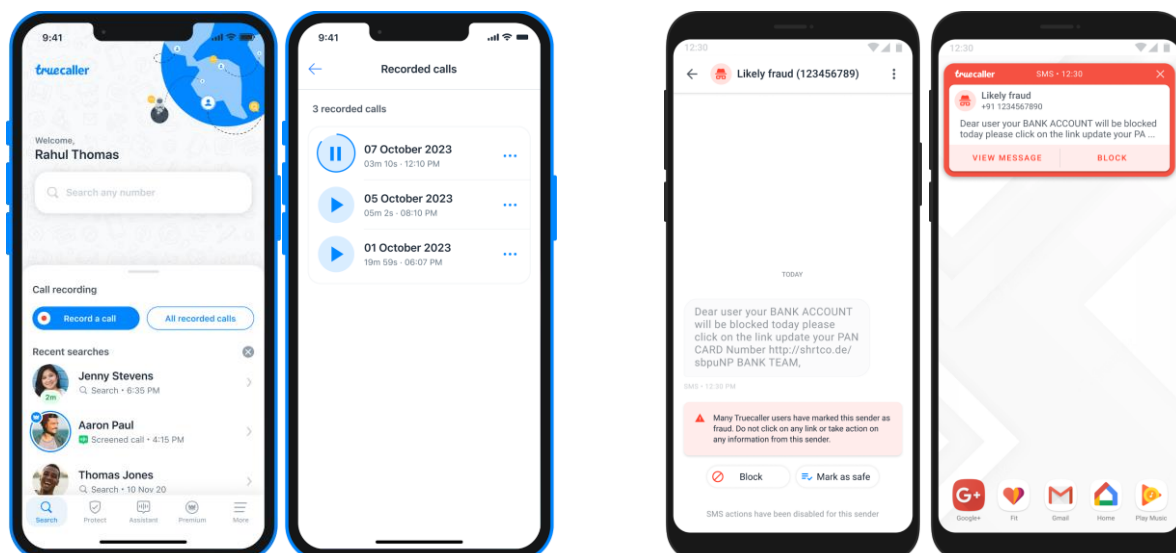
Utökning av produkter baserad på molntelefoniteknik

Strax före slutet av andra kvartalet lanserades Truecaller Assistant på engelska och hindi på den indiska marknaden. Integrationen av hindi är en milstolpe, eftersom det är första gången ett nytt språk införlivas i produkten. Processen har varit utmanande, särskilt med tanke på komplexiteten i hindi som språk, med dess grammatik, syntax, uttal och omfattande användning av transkribering. Produkten är nu tillgänglig i hela Indien på Android-plattformen, samt i Kanada och Australien på både Android och iOS.

Sedan USA-lanseringen av Truecaller Assistant under andra halvåret 2022 har teamet arbetat med att finslipa och anpassa produktupplevelsen till lokala marknadsbehov. Tidiga mätningar visar att antalet nya användare är högre än förväntat. Utöver Truecaller Assistant lanserades även den efterfrågade funktionen för samtalsinspelning på iOS i USA och Australien. Samtalsinspelning via Truecaller inkluderar samtalstranskribering, automatiskt skapande av samtalsämne och möjligheten att spara inspelningarna på den lokala enheten eller i molnet. Molntelefoni är en plattform med stor potential. Dess flexibla och skalbara infrastruktur möjliggör snabb implementering av nya funktioner på lokala marknader. Varje ny release visar på Truecallers strävan efter att erbjuda innovativa lösningar och stärker den strategiska betydelsen av förvärvet av Call Hero.

Fokuserade insatser för starkare bedrägeriskydd

I takt med att tekniken utvecklas slipar även bedragarna sina metoder för att lura och utnyttja oskyldiga. Truecaller arbetar outtröttligt med att tillhandahålla de senaste tekniska lösningar för att hantera de nya riskerna. Mot bakgrund av detta har företaget stärkt insatserna för att bekämpa bedrägerier som inte är samtalsrelaterade. Truecaller har vidareutvecklat maskininlärningsalgoritmer på enheterna för att proaktivt identifiera och flagga misstänkta SMS, vilket förhindrar att användarna drabbas av skadligt innehåll eller bedrägerier. Funktionen är utformad så att potentiellt osäkra länkar i SMS-meddelanden automatiskt inaktiveras, vilket ger användarna en extra nivå av säkerhet. Företaget fortsätter att utveckla ytterligare funktioner för bedrägeribekämpning i flera kanaler för att skydda användarna från dessa ökande hot. Satsningen kompletteras av samarbeten med etablerade aktörer som Tanla, vilket skapar ännu större möjligheter att identifiera misstänkta avsändare och meddelanden. Funktionen Message ID – nummerpresentation för SMS, som lanserades under första kvartalet för att informera användare om identiteten och syftet med ett inkommande meddelande, fortsätter exempelvis att uppvisa positiv tillväxt med över 200 miljoner dagliga visningar. Många bedrägerier omfattar både samtal och meddelanden (t.ex. via engångslösenord), och med hjälp av mer relevant information ökar möjligheten att få skydd.



Truecallers avancerade teknik för samtalsidentifiering, inklusive AI-identitet och användarkommentarer, utökades, vilket ledde till ökad interaktion i appen. Under andra kvartalet lanserades Caller ID för WhatsApp-samtal – en funktion som kan identifiera samtal från WhatsApp, som svar på ett växande problem på vissa marknader. På iOS möjliggörs detta genom Live Caller ID, som introducerades under första kvartalet 2023.

Andra kvartalet inkluderade också förbättringar av funktioner för blockering och rapportering på iOS. Meddelandefiltrering lanserades på nya marknader, liksom nya, stabilare funktioner för att blockera och rapportera. iOS-teamet optimerade även Caller ID-algoritmen för en ännu bättre upplevelse.

Förbättring av premiumfunktioner

Truecallers betaltjänster fortsätter att visa en positiv utveckling och Truecaller hade rekordmånga prenumeranter i slutet av kvartalet. Det finns ett ökat intresse för årsabonnemang, och det genomsnittliga antalet prenumeranter ökade med 21 procent jämfört med andra kvartalet 2022. Fokus är att leverera kommunikationstjänster av stort värde till prenumeranterna, och plattformen för molntelefoni används för att nå målet. Alla produkter som lanserats på plattformen är nu integrerade i betalabonnemangen, vilket gynnar både nyförsäljning och retention. Det tidigare lanserade familjeabonnemanget har förstärkts under kvartalet genom förbättringar i hanteringen av medlemmar. En tydlig trend visar att det är många helt nya prenumeranter som börjar med familjeabonnemanget, vilket tyder på en låg grad av kannibalisering bland användare med ett personligt abonnemang. Satsningarna på att förbättra betalerbjudandet på iOS med Live Caller ID och samtalsinspelning har fallit väl ut under andra kvartalet. På iOS-plattformen ökade antalet prenumeranter med 8 procent jämfört med föregående kvartal och 25 procent jämfört med samma period 2022.

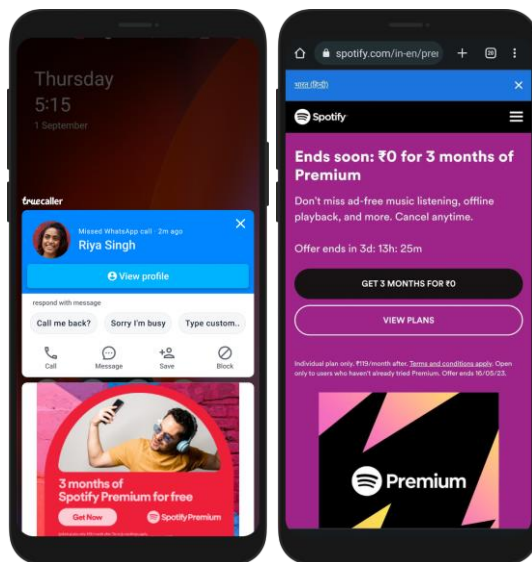
Utveckling mot en fullskalig egenutvecklad annonsplattform

Trots det rådande globala klimatet med ihållande makroekonomisk osäkerhet och dämpad efterfrågan utvecklades andra kvartalet 2023 till en fortsatt stark period för Truecaller både vad gäller resultat och tillväxt. Genom att bygga vidare på de framsteg som gjordes i företagets teknikstack under första kvartalet kunde Truecaller fortsatt förbättra sitt erbjudande till ett växande antal partners och annonsörer i olika branscher. Förbättringen av Truecallers annonsserver, nu med avancerade funktioner som anpassad målgruppsinriktning och retargeting, har potential att öka konverteringsgraden inom nyckeltal som appinstallationer, leadgenerering och omsättning. Samtliga satsningar har bidragit till det positiva resultatet under andra kvartalet, med Indian Premier League (IPL) som en tydlig höjdpunkt. Med över 250 miljoner användare i Indien erbjuder Truecaller en hög grad av överlapp med IPLs målgrupp, vilket gör Truecaller till en idealisk plattform för annonsörer som vill rikta in sig på att nå IPLs målgrupp digitalt i stor skala och med hög frekvens.

Truecaller erbjuder annonsörerna en enorm räckvidd och skala som ingen annan aktör i landet kommer i närheten av, med möjlighet att leverera över fyra miljarder visningar globalt inom ett dygn. Truecaller Ads ovanliga kombination av stor räckvidd, unik statistik för exakt målgruppsinriktning, effektiva annonslösningar och dedikerad service har visat sig vara en framgångsrik mix för många varumärken. Vid årets IPL lyckades Truecaller Ads uppnå en imponerande räckvidd på över 100

miljoner unika mottagare för ett känt varumärke under kampanjperioden.

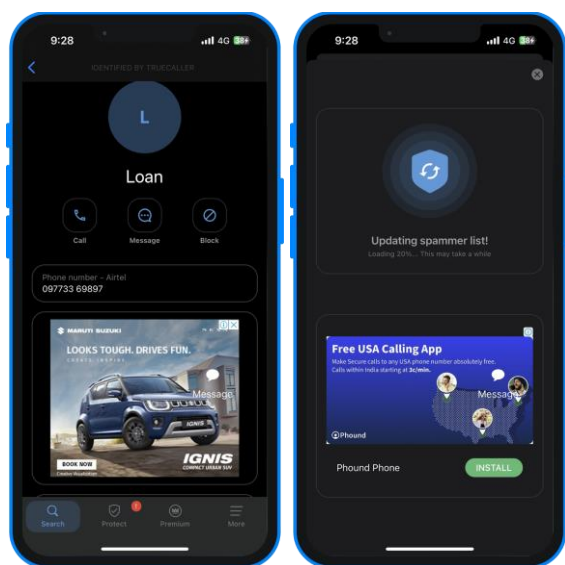
Truecallers egen annonsserver ger annonsörer en pålitlig möjlighet att uppnå stor effekt för sina viktigaste satsningar, vare sig det är ett online-säljevent för e-handelsannonsörer, en stor titellansering för OTT-annonsörer, lansering av en ny modell för en mobiltillverkare eller att bygga intresse inför ett sportevent som IPL för t.ex. spelkunder. Inför en online-reakampanj kunde Truecaller Ads leverera en klickpool på över 19 miljoner klick inom ett dygn, vilket drev massiv trafik till e-handelskunden på startdagen för rean.



Truecallers optimerade produktsvit med Truecallers annonsserver och Truecaller Audience Extension ger marknadsförare en komplett lösning för att nå sina marknadsföringsmål i hela funnelsen:

- Den egenutvecklade annonsservern innebär en optimering av funktioner och prestanda som direkt gynnar annonsörernas nyckeltal. Den skapar transparens, flexibilitet och optimeringsfunktioner för en standard i nivå med de ledande annonsserverna på marknaden.
- Tillägget Truecaller Audience ger annonsörer möjlighet att utnyttja omfattande förstapartsinsikter och uppnå större räckvidd bortom Truecaller på populära domäner inom områden som spel, nyheter, OTT med flera. Det finns en mängd tillgängliga annonsformat, från banners och interstitials till GIF-filer och videoklipp.

Det kontinuerliga fokuset på annonsplaceringar fortsätter att visa förbättringar i nyckeltal på utbudssidan för att generera fler annonser per möjlighet samt öka engagemanget genom förbättrade klickfrekvenser. Satsningen på att optimera annonsutrymmet på iOS-plattformen har ökat iOS-annonsintäkterna med 190 % jämfört med föregående år. Upplägget på iOS liknar Android när det gäller annonsplatser och annonsformat. Teamet utforskar högeffektiva annonsformat som skulle öka användarnas annonsinteraktioner, vilket skulle leda till högre CPM och klickfrekvens, som i sin tur innebär högre intäkter. Nyckelindikatorer visar att detta har resulterat i annonser av högre kvalitet med högre CPM på iOS jämfört med Android.



På efterfrågesidan har fokus legat på att förbättra åtkomsten och utöka de annonsstyper som stöds genom kopplingar till programmatiska kanaler från tredje part. Det skapar en stabil balans mellan utbud och efterfrågan, vilket gör annonsplattformen ännu mer robust. Truecaller strävar efter att hantera miljarder annonsförfrågningar och förbättra viktiga nyckeltal som CPM och fyllnadsgrad.

Företaget brinner för att leverera stabila lösningar för annonsörer och att förbättra användarupplevelsen. Efter de milstolpar som uppnåtts under andra kvartalet siktar Truecaller nu på att driva ytterligare innovation under kommande kvartal.

Fortsatt tillväxt och produktinnovation för företagserbjudandet

Truecaller for Business upplevde en stabil tillväxt under andra kvartalet 2023. Samtidigt som antalet nya företagskunder fortfarande ökar i Indien har det också skett en ökning i övriga världen, med en tillväxt på 100 procent jämfört med föregående år. Övriga världen står nu för 18 % av den totala kundbasen och uppvisar stabil tillväxt. Antalet företagskonton som använder Truecaller for Business Verified-tjänster ökade med 50 procent jämfört med samma period 2022, med kända varumärken som Volvo, PayTM, National Bank of Kuwait, Domino's och Aramco. Att varumärken från flera olika branscher börjar använda Truecaller for Business visar på ett ökat företagsintresse för plattformens verifierade lösning och funktioner för bedrägeriidentifiering. En uppmuntrande utveckling bland befintliga kunder sågs genom förlängda avtal och ökad användning av plattformens avancerade funktioner. 66 procent av den aktiva kundbasen har nu tecknat mer långsiktiga abonnemang. I Nigeria inleddes ett samarbete med återförsäljaren Termii för att marknadsföra Truecaller for Business till företag. Termii är en cPaaS-leverantör som stöds av Y-Combinator. Nigeria, som är Afrikas största ekonomi, är en viktig marknad för Truecaller i regionen.

Under andra kvartalet introducerade Truecaller en ny samtalshantering och webhook-varningar genom API:er för att ge företag möjlighet att smidigt hantera informationen och upplevelsen i samband med varje samtal. Företag kan utnyttja den nya infrastrukturen för att styra en serie processer med samma nummer och skapa mer personlig kommunikation för sina kunder. Tack vare de utökade integrationsmöjligheterna kan företag ansluta sina CRM- och uppringningssystem direkt till Truecaller for Business-plattformen, vilket avsevärt ökar nyttan av Truecaller inom viktiga arbetsflöden.

I samarbete med den ledande CPaaS-leverantören Tanla växte Business Messaging avsevärt under kvartalet. Tjänsten nådde nya rekordnivåer, delvis på grund av säsongseffekter, och satte en ny standard för den hittills högsta volymen per kvartal. Business Messaging kan användas inom samtliga branscher för att säkert dela lösenord, meddela leveranser, bekräfta fakturabetalningar och informera om transaktioner. De företag som använder tjänsten utgörs bland annat av banker, ledande e-handelsaktörer, B2B-företag, resebyråer och biljettföretag. Målet med produkten är att ytterligare förbättra användarupplevelsen och stärka företagens möjligheter att kommunicera med sina kunder.

Under andra kvartalet lanserade Truecaller en uppgraderad och förbättrad version av Truecaller SDK, som hjälper företag att skapa en smidigare inloggning för användarna genom snabb och effektiv användarverifiering via Truecallers plattform. Fokus för det kommande kvartalet är att överföra alla befintliga partners till den nya SDK-lösningen som ger en bättre slutanvändarupplevelse med säkrare autentisering. Användarna har nu också flexibilitet att välja vilken information de vill dela med en tredje part i verifieringsflödet och att när som helst återkalla åtkomsten. Det ger dem full kontroll över sin profilinformation, samtidigt som de får en smidig verifieringsupplevelse utan engångslösenord.

Kostnadseffektivitet driven av techoptimering

Under både första och andra kvartalet har Truecaller prioriterat att leverera produkter och teknik till lägsta möjliga kostnad. Detta har inneburit att identifiera en rad kostnadseffektiviseringar, av vilka några var små och realiserades snabbt, medan andra krävde mer ansträngning. Noterbart är att ett antal av dessa effektivitetsvinster uppnåddes under detta kvartal.

Bland annat optimerade Truecaller datahantering för sin centrala nummerpresentationsfunktion, tillämplig på både Android och iOS. Denna optimering relaterade till lagrings- och transaktionsaspekter. Dessutom testade företaget framgångsrikt ny teknik för att minska verifieringskostnaderna för nya och återkommande användare.

Övrig information

Årsstämman 2023

Den 16 maj hölls Truecallers årsstämma i Stockholm

Vid bolagsstämman beslutades bland annat om bemyndiganden för styrelsen 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 aktier i bolaget. Årsstämman beslutade också att införa 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.

Årsstämman omvalde också den sittande styrelsen, Bing Gordon, Alan Mamedi, Annika Poutiainen, Helena Svancar, Nami Zarringhalam och Shailesh Lakhani. Som styrelseordförande valdes Nami Zarringhalam. Årsstämman beslutade också om oförändrade styrelsearvoden samt omval av bolagets revisor Ernst & Young med Jennifer Rock-Bailey som ansvarig revisor.

All information om årsstämman 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 valutförändringar, 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

Delårsrapport januari-september 2023: 27 oktober 2023 (observera ändrat datum)

Bokslutskommuniké 2023: 20 februari 2024

Delårsrapport januari-mars 2024: 7 maj 2024

Delårsrapport januari-juni 2024: 19 juli 2024

Delårsrapport januari-september 2024: 28 oktober 2024

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 21 juli 2023 kl. 07.30 CET.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Nettoomsättning	3	518 437	480 363	905 501	878 663	1 772 926
Övriga intäkter		27	14	48	23	7 506
Aktiverat arbete för egen räkning		632	2 091	1 650	4 336	5 204
Förmedlingskostnader		-123 126	-106 177	-219 234	-193 227	-417 689
Övriga externa kostnader		-64 958	-79 191	-122 075	-152 621	-349 750
Personalkostnader		-92 480	-78 646	-177 310	-137 347	-301 031
Av- och nedskrivningar		-10 722	-5 554	-20 941	-11 481	-28 664
Rörelseresultat		227 811	212 900	367 637	388 346	688 502
Finansnetto		32 228	9 245	39 427	3 866	-381
Resultat efter finansiella poster		260 039	222 145	407 065	392 212	688 121
Skatt		-54 093	-49 444	-91 999	-85 816	-152 891
Periodens resultat ¹⁾		205 946	172 701	315 066	306 396	535 230
Resultat per aktie						
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,56	0,46	0,86	0,82	1,43
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,56	0,46	0,86	0,82	1,43
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		366 451 683	373 959 710	364 407 592	373 829 040	373 273 365
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		366 578 840	374 108 866	364 662 782	374 805 085	373 300 072

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Periodens resultat		205 946	172 701	315 066	306 396	535 230
Övrigt totalresultat för perioden						
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omräkningsdifferens		4 392	897	3 439	595	-753
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>						
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-	-	-	-	-1 891
Övrigt totalresultat för perioden		4 392	897	3 439	595	-2 645
Totalresultat för perioden ¹⁾		210 338	173 598	318 505	306 992	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 30 jun	2022 30 jun	2022 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Goodwill		34 188	34 367	34 530
Övriga immateriella tillgångar		13 627	16 340	15 200
Materiella anläggningstillgångar		18 718	1 721	8 118
Nyttjanderättstillgångar		130 234	84 980	139 777
Finansiella anläggningstillgångar	4	32 812	-	-
Uppskjuten skattefordran		38 083	41 261	39 584
Andra långfristiga fordringar	4	12 731	17 704	16 697
Summa anläggningstillgångar		280 393	196 373	253 906
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar	4	308 229	203 704	362 175
Kortfristiga placeringar	4	918 635	148 553	400 490
Likvida medel	4	714 583	1 578 285	1 327 801
Summa omsättningstillgångar		1 941 446	1 930 542	2 090 466
SUMMA TILLGÅNGAR		2 221 839	2 126 915	2 344 372
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 827 100	1 745 931	1 804 093
Summa eget kapital		1 827 100	1 745 931	1 804 093
Långfristiga skulder				
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		7 380	5 111	7 653
Leasingskulder		109 559	71 848	118 208
Uppskjuten skatteskuld		31 953	19 887	34 563
Övriga långfristiga skulder	4	8 980	12 975	8 395
Summa långfristiga skulder		157 872	109 821	168 819
Kortfristiga skulder				
Leasingskulder		22 090	12 009	23 307
Övriga kortfristiga skulder	4	214 777	259 154	348 153
Summa kortfristiga skulder		236 868	271 163	371 460
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		2 221 839	2 126 915	2 344 372

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Den löpande verksamheten					
Resultat efter finansiella poster	260 039	222 145	407 065	392 212	688 121
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	-11 215	741	-279	9 433	47 094
Betald inkomstskatt	-45 524	-3 735	-92 110	-13 858	-154 078
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	203 300	219 151	314 675	387 787	581 137
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital					
Förändringar av rörelsefordringar	-4 603	8 531	-11 220	-26 069	-50 434
Förändringar av rörelseskulder	6 786	53 239	-17 838	40 716	79 707
Kassaflöde från den löpande verksamheten	205 482	280 920	285 618	402 434	610 410
Investeringsverksamheten					
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-52	-	-26 875	-32 158
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-1 739	-523	-12 290	-523	-7 594
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	-	-	-
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-509	-2 985	-1 650	-5 745	-7 146
Investering i kortfristiga placeringar	-	-	-500 000	-	-250 000
Förändring av finansiella fordringar	-10 695	1 052	-18 145	1 513	-425
Finansiella anläggningstillgångar	-32 812	-	-32 812	-	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-45 754	-2 508	-564 897	-31 631	-297 323
Finansieringsverksamheten					
Erhållna medel för teckningsoptioner	-	772	-	772	3 146
Återköp teckningsoptioner	-310	-345	-310	-719	-872
Amortering av leasingsskuld	-8 008	-4 535	-14 935	-9 683	-19 869
Utbetalning syntetiska optioner	-	-	-	-23 140	-23 140
Återköp av egna aktier	-140 705	-	-322 869	-	-182 389
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-149 023	-4 108	-338 113	-32 770	-223 124
Periodens kassaflöde	10 705	274 304	-617 392	338 033	89 963
Likvida medel vid periodens början	699 510	1 302 180	1 327 801	1 238 443	1 238 443
Valutakursdifferens i likvida medel	4 368	1 801	4 175	1 810	-605
Likvida medel vid periodens slut	714 583	1 578 285	714 583	1 578 285	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	-	-	-	306 396	306 396
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	595	-	595
Periodens totalresultat	-	-	595	306 396	306 992
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	1	-	-	18 152	18 153
Teckningsoptioner	-	53	-	-	53
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	9 324	9 324
Summa	1	53	-	27 475	27 529
Utgående eget kapital 2022-06-30	748	1 707 918	3 748	33 517	1 745 931
Ingående eget kapital 2023-01-01	758	1 710 139	2 400	90 797	1 804 093
Periodens resultat	-	-	-	315 066	315 066
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	3 439	0	3 439
Periodens totalresultat	-	-	3 439	315 066	318 505
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission	1	-	-	-	1
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-316 344	-316 344
Teckningsoptioner	-	-310	-	-	-310
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	21 153	21 153
Summa	1	-310	-	-295 190	-295 499
Utgående eget kapital 2023-06-30	759	1 709 829	5 839	110 673	1 827 100

Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Rörelsens intäkter		2 583	1 827	4 149	2 860	6 734
Övriga externa kostnader		-2 647	-3 745	-5 188	-6 751	-13 003
Personalkostnader		-3 077	-2 898	-5 841	-4 595	-12 846
Rörelseresultat		-3 141	-4 816	-6 879	-8 486	-19 116
Finansnetto		404 697	-2 340	409 878	-4 085	-2 978
Resultat efter finansiella poster		401 556	-7 155	402 999	-12 571	-22 094
Bokslutsdispositioner		-	-	-	-	102 600
Resultat före skatt		401 556	-7 155	402 999	-12 571	80 506
Skatt		320	1 473	-616	2 589	-16 598
Periodens resultat		401 236	-5 682	402 383	-9 982	63 908

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2023 30 jun	2022 30 jun	2022 31 dec
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag		10 297 177	10 247 177	10 247 177
Uppskjuten skattefordran		-	19 114	-
Summa anläggningstillgångar		10 297 177	10 266 291	10 247 177
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar		10 911	14 385	12 357
Fordringar hos koncernföretag		412 680	4 575	106 248
Kortfristiga placeringar		410 398	148 553	400 490
Likvida medel		41 211	721 642	305 935
Summa omsättningstillgångar		875 201	889 155	825 030
SUMMA TILLGÅNGAR		11 172 378	11 155 446	11 072 207
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital och skulder				
Eget kapital		11 166 384	11 150 759	11 059 499
Skulder hos koncernföretag		-	74	-
Kortfristiga skulder		5 994	4 614	12 708
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		11 172 378	11 155 446	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

UPPDELNING PÅ INTÄKTER FRÅN AVTAL MED KUNDER

Belopp i Tkr	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Geografisk region					
Indien	412 882	378 741	705 096	675 413	1 324 080
Mellanöstern och Afrika	53 700	55 860	102 821	112 211	237 096
Övriga världen	51 855	45 762	97 584	91 039	211 750
Intäkter från avtal med kunder	518 437	480 363	905 501	878 663	1 772 926

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

Belopp i Tkr	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Typ av tjänst					
Annonsintäkter	425 191	414 247	729 115	753 202	1 488 558
Användarintäkter	50 057	41 391	96 603	80 274	170 507
Truecaller for Business	41 767	23 511	76 142	41 928	105 473
Övriga intäkter	1 422	1 214	3 641	3 259	8 388
Intäkter från avtal med kunder	518 437	480 363	905 501	878 663	1 772 926

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2023

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	12 731	12 731
Finansiella anläggningstillgångar	32 812	-	32 812
Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare	-	98 538	98 538
Kundfordringar	-	76 031	76 031
Kortfristiga placeringar	918 635	-	918 635
Likvida medel	-	714 583	714 583
Totalt	951 447	901 883	1 853 330
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	45 290	45 290
Villkorad tilläggsköpeskilling	14 266	-	14 266
Totalt	14 266	45 290	59 556

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 30 juni 2022

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

Villkorad tilläggsköpeskillning	17 998	-	17 998
Totalt	17 998	38 129	56 127

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 tilläggsköpeskillning	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, villkorad tilläggsköpeskillning och finansiella anläggningstillgångar 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 nettnet.

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-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Ingående balans	400 490	150 066	150 066

Investering kortfristiga placeringar	500 000	-	250 000
Värdeförändring redovisad i resultatet	18 145	-1 513	424
Utgående balans	918 635	148 553	400 490

Villkorad tilläggsköpeskillning

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

Villkorad tilläggsköpeskillning, Tkr	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Ingående balans	13 301	-	-
Anskaffningsvärde	-	16 785	16 785
Utbetalning	-	-	-5 228
Värdeförändring redovisad i resultatet	965	1 213	1 744
Utgående balans	14 266	17 998	13 301

Finansiella anläggningstillgångar

Koncernens finansiella anläggningstillgångar består av investeringen i Mayhem Studios som gjordes under kvartalet. De finansiella anläggningstillgångarna tillhör nivå 2 i värderingshierarkin.

Not 5. Incitamentsprogram

På årsstämman den 26 maj 2023 godkändes styrelsens förslag avseende personaloptionsprogram och aktieprogram (tillsammans "LTIP 2023") till ledande befattningshavare, nyckelpersoner och anställda i Truecaller-koncernen. LTIP 2023 består av högst 2 800 000 personaloptioner och högst 500 000 prestationsbaserade aktierätter.

Koncernen tillämpar IFRS 2 för personaloptioner och 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 förmånadsvärdet för deltagarna.

I koncernen finns två incitamentsprogram sedan tidigare, LTIP 2021 och LTIP 2022. Mer information om programmen finns i årsredovisningen för 2022.

Kostnader för incitamentsprogram, Mkr	2023 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-10,4	-5,9	-21,0	-9,4	-28,4
Sociala avgifter	-0,8	-1,0	-1,2	-1,0	-1,8
Kostnader för LTIP21 och LTIP22	-11,2	-6,9	-22,2	-10,4	-30,2

Not 6. Egna aktier

På årsstämman den 26 maj 2023 bemyndigades styrelsen återigen att återköpa B-aktier. Det nya bemyndigandet innebär att styrelsen får besluta om återköp av högst så många aktier att bolagets aktieinnehav inte överstiger tio (10) procent av det totala antalet utestående aktier i bolaget per dagen för årsstämman. Återköpen av aktier får ske vid ett eller flera tillfällen fram till nästa årsstämma.

Återköpen som baserats på bemyndigandet från årsstämma 2022 har nu avslutats.

Fram till rapportperiodens slut hade totalt 15 012 779 B-aktier återköpts för 505,1 Mkr inklusive transaktionskostnader.

Truecaller har även emitterat samt återköpt 500 000 C-aktier under kvartalet för en kostnad om 0,1 Mkr. Transaktionerna är gjorda i enlighet med de mandat som gavs på årsstämman 2023 för att täcka åtaganden inom ramen för Aktieprogram 2023 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 2023.

Vid rapportperiodens slut var Truecallers aktier uppdelade enligt följande:

Aktieslag	Aktier
A-aktier	46 783 800
B-aktier	327 175 910
C-aktier	5 600 000

Totalt antal utestående aktier	379 559 710
- varav B-aktier som innehas av Truecaller	15 012 779
- varav C-aktier som innehas av Truecaller	5 600 000
Totalt antal utestående aktier, netto efter aktier som innehas av Truecaller	358 946 931

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. Förvärv

Den 10 april 2023 förvärvade Truecaller drygt 4 procent av aktierna i det Singapore-baserade spelutvecklingsbolaget Mayhem Studios Private Ltd. För 32,8 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.

Not 9. Transaktioner med närstående

En utdelning om 400 mSEK från dotterbolaget True Software Scandinavia AB till Truecaller AB har beslutats men ännu inte utbetalats. Utöver detta har inga väsentliga transaktioner med närstående gjorts under perioden.

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, 2023-07-21

Nami Zarringhalam
Styrelseordförande

Alan Mamedi
Styrelseledamot, VD

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Helena Svancar
Styrelseledamot

Bing Gordon
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 apr-jun	2022 apr-jun	2023 jan-jun	2022 jan-jun	2022 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal					
Nettoomsättning	518,4	480,4	905,5	878,7	1 772,9
Minus förmedlingskostnader	-123,1	-106,2	-219,2	-193,2	-417,7
Bruttoresultat	395,3	374,2	686,3	685,4	1 355,2
Dividerat med Nettoomsättning	518,4	480,4	905,5	878,7	1 772,9
Bruttomarginal	76,3%	77,9%	75,8%	78,0%	76,4%
Justerad EBITDA och justerad EBITDA-marginal					
Resultat före skatt	260,0	222,1	407,1	392,2	688,1
Exklusive Finansnetto	-32,2	-9,2	-39,4	-3,9	0,4
Exklusive Av- och nedskrivningar	10,7	5,6	20,9	11,5	28,7
EBITDA	238,5	218,5	388,6	399,8	717,2
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	-	-	-	-
Justerad EBITDA	238,5	218,5	388,6	399,8	717,2
Dividerat med Nettoomsättning	518,4	480,4	905,5	878,7	1 772,9
Justerad EBITDA-marginal	46,0%	45,5%	42,9%	45,5%	40,5%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal					
Resultat före skatt	260,0	222,1	407,1	392,2	688,1
Exklusive Finansnetto	-32,2	-9,2	-39,4	-3,9	0,4
Rörelseresultat (EBIT)	227,8	212,9	367,6	388,3	688,5
Dividerat med Nettoomsättning	518,4	480,4	905,5	878,7	1 772,9
Rörelsemarginal	43,9%	44,3%	40,6%	44,2%	38,8%
Justerat rörelseresultat (EBIT) och justerad rörelsemarginal					
Rörelseresultat (EBIT)	227,8	212,9	367,6	388,3	688,5
Exklusive Jämförelsestörande poster	-	-	-	-	-
Justerat rörelseresultat (EBIT)	227,8	212,9	367,6	388,3	688,5

Dividerat med Nettoomsättning	518,4	480,4	905,5	878,7	1 772,9
Justerad rörelsemarginal	43,9%	44,3%	40,6%	44,2%	38,8%

Soliditet

Summa Eget kapital	1 827,1	1 745,9	1 827,1	1 745,9	1 804,1
Dividerat med Summa tillgångar	2 221,8	2 126,9	2 221,8	2 126,9	2 344,4
Soliditet	82,2%	82,1%	82,2%	82,1%	77,0%