

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ

januari–december 2024

truecaller

Delårsrapport januari-december

2024

Oktober-december 2024 (Q4)

Jämförelsesiffror avser oktober-december 2023

- **Nettoomsättningen** ökade med 23 procent och uppgick till 522,8 (424,7) Mkr.
- **EBITDA** ökade med 19 procent till 201,1 (168,5) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 38,5 (39,7) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA uppgått till 231,4 (170,5) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 44,3 (40,1) procent.
- **Resultatet efter skatt** ökade med 29 procent och uppgick till 150,4 (116,2) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 0,44 (0,33) kr före utspädning och 0,44 (0,33) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 55,4 miljoner till 429,4 (374,0) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 20 procent i Indien, ökade med 43 procent i Mellanöstern och Afrika och med 24 procent i resten av världen.

Januari-december 2024 (Q4)

Jämförelsesiffror avser januari-december 2023

- **Nettoomsättningen** ökade med 8 procent och uppgick till 1 863,2 (1 728,9) Mkr.
- **EBITDA** uppgick till 684,2 (702,9) Mkr, motsvarande en EBITDA-marginal om 36,7 (40,7) procent. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA uppgått till 758,0 (742,7) Mkr, vilket hade motsvarat en EBITDA-marginal om 40,7 (43,0) procent.
- **Resultatet efter skatt** uppgick till 524,3 (536,3) Mkr.
- **Resultat per aktie** uppgick till 1,51 (1,49) kr före utspädning och 1,51 (1,49) kr efter utspädning.
- **Antalet aktiva användare** i genomsnitt per månad (MAU) ökade med 45,3 miljoner till 405,9 (360,5) miljoner.
- **Omsättningen** ökade med 3 procent i Indien, ökade med 22 procent i Mellanöstern och Afrika och med 23 procent i resten av världen.

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)				
Nettoomsättning	522,8	424,7	1 863,2	1 728,9
Bruttoresultat	403,0	323,0	1 421,5	1 307,7
Bruttomarginal (%)	77,1%	76,1%	76,3%	75,6%
EBITDA	201,1	168,5	684,2	702,9
EBITDA-marginal (%)	38,5%	39,7%	36,7%	40,7%
Rörelseresultat (EBIT)	187,9	156,3	632,1	657,7
Rörelsemarginal (%)	35,9%	36,8%	33,9%	38,0%
Resultat efter finansiella poster	202,6	157,2	698,9	712,3
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,44	0,33	1,51	1,49
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,44	0,33	1,51	1,49
Eget kapital	1 506,4	1 743,7	1 506,4	1 743,7
Balansomslutning	1 955,5	2 160,3	1 955,5	2 160,3
Soliditet (%)	77,0%	80,7%	77,0%	80,7%
Antal anställda vid periodens slut	418	419	418	419

Väsentliga händelser under kvartalet

- **Fortsatt hög användartillväxt – Truecaller passerade mer än 400 miljoner MAU på Android.** Under kvartalet ökade genomsnittligt antalet månatliga aktiva användare (MAU) till 429,4 miljoner vilket var en ökning med drygt 55 miljoner användare jämfört med fjärde kvartalet 2023. Genomsnittligt antal dagliga aktiva användare (DAU) ökade till 354,4 miljoner, en ökning med cirka 50 miljoner jämfört med motsvarande period 2023. Tillväxten i Indien var cirka 15 procent medan den i Mellanöstern & Afrika och resten av världen var cirka 20 procent. Tillväxten var stark på såväl iOS som Android och genomsnittligt antal MAU på Android uppgick till 396,0 miljoner (347,3) och på iOS till 29,6 miljoner (22,9). Jämfört med det tredje kvartalet 2024 ökade totala antal MAU med knappt 16 miljoner och DAU med drygt 17 miljoner.
- **Annonsintäkterna ökade med 17 procent.** Annonsintäkterna påverkades positivt av fler användare och ett ökat antal interaktioner av användare i Truecaller-appen. Intäkterna ökade i samtliga rapporterade regioner där Mellanöstern & Afrika hade den starkaste utvecklingen. Uppskalningen av mer innovativa annonsformat bidrog positivt till intäkterna. Samtidigt ledde ökat antal interaktioner med användarna och utvecklingen av plattformen till fler annonsvisningar vilket bidrog positivt till intäkterna och intäkten per användare utvecklades positivt.
- **Intäkterna från premiumprenumeranter ökade med 39 procent** med bidrag såväl från en ökad konvertering till betalande användare till 0,60% (0,56%) som av en högre genomsnittsintäkt per betalande användare, 9,86 SEK per månad (8,79 SEK). Genomsnittsintäkten växer bland annat som en följd av förenklingen att samla alla premiumtjänster i en global premiumplan. Den relativa tillväxten av prenumerationsintäkter är fortsatt högre på iOS jämfört med Android men konverteringen och pris per prenumerant utvecklas positivt på båda plattformarna. Genomsnittligt antal prenumeranter under det fjärde kvartalet uppgick till knappt 2,6 miljoner vilket var en ökning med cirka 22 procent. Prenumerationsintäkterna växte starkt i samtliga rapporterade regioner, i Indien med knappt 40 procent, i MEA med drygt 20 procent och resten av världen med cirka 50 procent. I MEA hade valutakursförändringar en negativ påverkan på intäktstillväxten.
- **Intäkterna från Truecaller for Business (TfB) ökade med 45 procent med stark utveckling för såväl Verified Business som Business Messaging.** För customer experience plattformen Verified Business fortsatte den starka utvecklingen med djupare integrationer med företag som väljer att använda fler av plattformens tjänster vilket ökar snittintäkten per kund. Totalt uppgick årligen återkommande intäkter (ARR) inom Verified Business till 234 MSEK vilket är en ökning med mer än 50 procent jämfört med fjärde kvartalet 2023 och net revenue churn (NRR) uppgick till cirka 2,7 procent. Inom Business Messaging ökade volymerna med mer än 80 procent och 4,9 miljarder meddelanden skickades under kvartalet. Andelen längre avtal (över 6 månader), antalet tjänster som utnyttjas av respektive kund och antalet större avtal fortsätter att öka.

Övriga väsentliga händelser

- **Återköp av egna aktier** Under kvartalet fortsatte Truecaller sitt återköpsprogram genom återköp av knappt 0,6 miljoner B-aktier. Läs mer på sidan 15.

Händelser efter rapportperiodens slut

- **Den 9 januari tillträdde Rishit Jhunjunwala som VD för Truecaller.** Samtidigt lämnade Truecallers grundare Alan Mamedi och Nami Zarringhalam sina operativa roller för att istället fokusera på sina styrelseroller. Rishit har varit anställd av Truecaller sedan 2015. Innan han tillträdde som VD var han produktchef och chef över Truecallers indiska verksamhet. Alan och Nami är fortsatt anställda av Truecaller till den 30 juni som rådgivare för att säkerställa en bra överlämning.
- **Mot slutet av januari lanserade Truecaller sin största uppdatering någonsin på iPhone.** Den nya versionen av Truecallers applikation på iOS kan nu göra samtalsidentifiering och spamblockering på samma sätt som på Android. Tidigare har det funnits begränsningar på operativsystemsnivå vilket inneburit en mer begränsad upplevelse. Den nya produkten på iOS kommer primärt att vara en prenumerations-tjänst. Vid årsskiftet var cirka 30 miljoner (7%) av Truecallers totalt 435 miljoner månatliga aktiva användare (MAU) iOS-användare. Av Truecallers 2,6 miljoner betalande prenumeranter använder cirka 750 000 iOS, och mer än 40% av Truecallers nuvarande prenumerationsintäkter kommer från iOS.



VD-ORD – FJÄRDE KVARTALET 2024

Ökad intäkts- och vinsttillväxt

Nettoomsättningen ökade med 23% under det fjärde kvartalet jämfört med samma kvartal föregående år och uppgick till 522 (425) miljoner SEK. Alla tre intäktsströmmar bidrog till denna tillväxt. Våra återkommande intäkter, från Truecaller for Business (TfB) och Truecaller Premium-abonnemang, ökade med 42% och står nu för 29% (25%) av våra totala intäkter. Annonsintäkterna fortsatte att växa för andra kvartalet i rad, nu med 17% jämfört med samma kvartal föregående år.

EBITDA ökade med 19% till 201 (169) miljoner SEK, trots större investeringar i användartillväxt och ökade kostnader för incitamentsprogram kopplade till en högre aktiekurs. EBITDA exklusive kostnader för incitamentsprogram ökade med 36 %. EBITDA-marginalen var 38,5% (39,7%) inklusive kostnader för incitamentsprogram. Resultatet per aktie ökade med 33% till 0,44 (0,33) SEK per aktie.

Vår användarbas fortsatte att visa stark tillväxt, med 16 miljoner nya månatliga aktiva användare och 17 miljoner nya dagliga aktiva användare under kvartalet. Det genomsnittliga antalet månatligt aktiva användare nådde 429 miljoner, en ökning med 55 miljoner på ett år, motsvarande en tillväxt på 15%. Tillväxten är fortsatt bred och sker i många länder och regioner.

Vi närmar oss snabbt en halv miljard användare och har aldrig tidigare attraherat nya användare så snabbt som vi gjorde under 2024. Vi löser ett växande globalt problem, och de framgångsrika investeringarna vi har gjort i fokusmarknader som Colombia, Nigeria och USA kommer att utökas till fler marknader under 2025. Ju fler användare vi har och ju mer de interagerar med oss – exempelvis genom att identifiera spammare, lämna kommentarer, föreslå bättre namn och lägga till kontext om ett samtal – desto effektivare blir vi på att skydda alla användare från bedrägerier och oönskade samtal eller meddelanden.

Annonsintäkterna, vår största intäktsström, växte i en högre takt än föregående kvartal och uppgick till 372 (318) miljoner SEK, en tillväxt på 17%. Vi arbetar fortsatt med att öka antalet interaktioner med våra användare och att erbjuda annonsörer mer dynamiska och innovativa annonsformat, vilket genererar högre priser. Tillväxten i annonsintäkterna under andra halvåret 2024 drivs av en kombination av användartillväxt, ökat engagemang, förbättrad efterfrågan genom fler annonspartners samt optimering av vårt annonsutrymme. Vi skalar gradvis upp nya format, såsom videoannonser och större format utöver traditionella banners. Geografiskt sett visade regionen Mellanöstern och Afrika (MEA) fortsatt stark efterfrågan under kvartalet.

De strategiska beslut vi har tagit för vårt premiumerbjudande ger nu starka resultat, med en tillväxt i prenumerationsintäkterna på 39% till 78 (56) miljoner SEK. Tillväxten jämfört med Q3 2024 var 15%. Vi ser stark tillväxt i alla regioner, ökade konverteringsgrader och högre genomsnittlig intäkt per prenumerant. Prenumerationsintäkterna växer i god takt på både Android och iOS, med den snabbaste tillväxten i regioner utanför Indien och MEA. I slutet av januari lanserade vi vår nya iOS-produkt, som främst kommer att vara ett premiumerbjudande. Med en fullständig Truecaller-upplevelse på iPhone är vår ambition att öka antalet iOS-prenumeranter. Det nya erbjudandet bör gradvis börja påverka intäkterna från och med andra kvartalet 2025. Redan idag utgör prenumerationsintäkterna från iOS-användare 43% av de totala prenumerationsintäkterna.

Intäkterna från Truecaller for Business ökade med 45% till 72 (50) miljoner SEK. Tillväxten fortsätter att drivas av stark utveckling inom både vår Verified Business Customer Experience (CX)-plattform och inom affärsmeddelanden. En större andel företagskunder använder fler funktioner i vår plattform för att förbättra sin kommunikation och marknadsföring. De årliga återkommande intäkterna (ARR) för Verified Business ökade med mer än 50%, och omsättningsförlusten (churn) låg fortsatt på en låg nivå och uppgick till 2,7% under kvartalet. Under 2025 kommer vi att fokusera på att fördjupa integrationerna med våra företagskunder och expandera till fler marknader genom att placera lokala säljteam på strategiska platser som Mellanöstern och Afrika. Segmentet affärsmeddelanden fortsätter att växa snabbt, med en volymökning på mer än 80% jämfört med föregående år. Vi är övertygade om att vi

bara har skrapat på ytan av den fulla potentialen i vår företagsaffär.

” Vi är övertygade om att Truecaller har en mycket större roll att spela inom den växande sektorn för mobil kommunikation vilket inkluderar att skydda människor och företag från det växande globala problemet med digitala bedrägerier.”

Bortsett från ökade kostnader relaterat till tillväxtinvesteringar och högre utgifter för incitamentsprogram på grund av en stigande aktiekurs, förblev vår underliggande kostnadsbas stabil. Vi fortsätter att investera i långsiktig global tillväxt genom användarförvärv, förinstallationer av Truecallerappen på nya smartphones och genom annan marknadsföring. Vi planerar att fortsätta och expandera dessa investeringar under 2025 då vi ser goda resultat från investeringarna.

Det är med stor ödmjukhet jag tillträtt som VD efter beslutet från Truecallers medgrundare och mina mentorer, Alan och Nami, att efter 15 år lämna sina operativa roller. Alan, Nami och resten av företaget har skapat en stark grund för framtida tillväxt. När användningen och betydelsen av mobil kommunikation fortsätter att öka skapas stora möjligheter för Truecaller att göra kommunikationen säkrare, mer pålitlig och effektiv. Vi kommer att fortsätta genomföra vår långsiktiga strategi och stödja den med Truecallers agila startup-kultur, lönsam tillväxt och en stark balansräkning. Vi är övertygade om att Truecaller har en mycket större roll att spela inom den växande sektorn för mobil kommunikation vilket inkluderar att skydda människor och företag från det växande globala problemet med digitala bedrägerier.

Rishit Jhunjunwala, VD Truecaller

Truecaller i sammandrag

Kvartalsöversikt finansiella data

FINANSIELLA NYCKELTAL

	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Koncernen, Mkr (om inte annat anges)				
Nettoomsättning	522,8	424,7	1 863,2	1 728,9
Bruttoresultat	403,0	323,0	1 421,5	1 307,7
Bruttomarginal (%)	77,1%	76,1%	76,3%	75,6%
EBITDA	201,1	168,5	684,2	702,9
EBITDA-marginal (%)	38,5%	39,7%	36,7%	40,7%
Rörelseresultat (EBIT)	187,9	156,3	632,1	657,7
Rörelsemarginal (%)	35,9%	36,8%	33,9%	38,0%
Resultat efter finansiella poster	202,6	157,2	698,9	712,3
Resultat per aktie före utspädning (kr)	0,44	0,33	1,51	1,49
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	0,44	0,33	1,51	1,49
Eget kapital	1 506,4	1 743,7	1 506,4	1 743,7
Balansomslutning	1 955,5	2 160,3	1 955,5	2 160,3
Soliditet (%)	77,0%	80,7%	77,0%	80,7%
Antal anställda vid periodens slut	418	419	418	419

OPERATIVA NYCKELTAL

	Mellanöstern & Afrika Övriga världen			
	Totalt	Indien		
Oktober-december 2024				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	429,4	301,9	89,6	38,0
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	354,4	261,3	68,4	24,8
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK)	0,62	0,50	1,61	3,04
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK per månad)	9,93	6,90	8,23	16,39
Oktober-december 2023				
Antal aktiva användare per månad (MAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	374,1	266,2	76,2	31,7
Antal aktiva användare per dag (DAU), kvartalsgenomsnitt (miljoner)	304,6	227,1	57,4	20,2
Intäkt per tusen visningar (CPM) för annonsförsäljning (SEK per månad)	0,83	0,70	1,41	3,80
Genomsnittlig månatlig intäkt per användare (ARPU) för premium-prenumerationer (SEK)	8,79	5,61	9,39	14,61

Januari-december 2024

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

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

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

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

Totalt Indien MEA Övriga världen

405,9 287,1 83,5 35,3

332,6 246,7 63,1 22,7

0,66 0,55 1,48 2,78

9,45 6,24 8,67 15,82

Januari-december 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 månatlig intäkt per användare (ARPU) för
premium-prenumerationer (SEK)

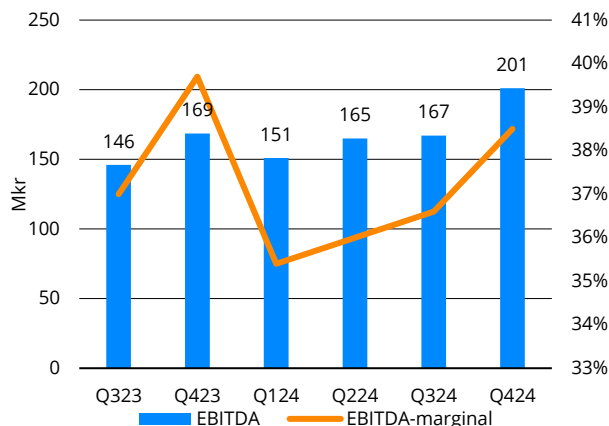
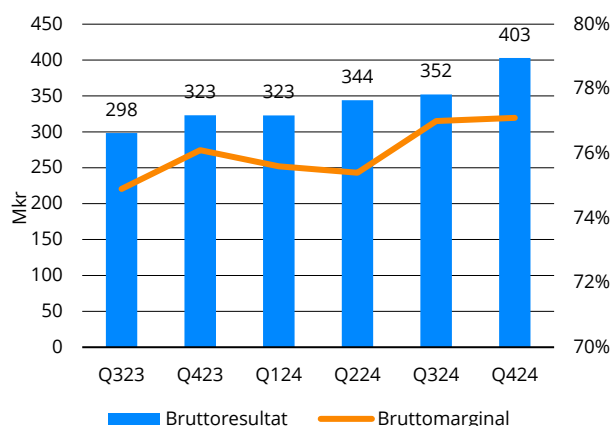
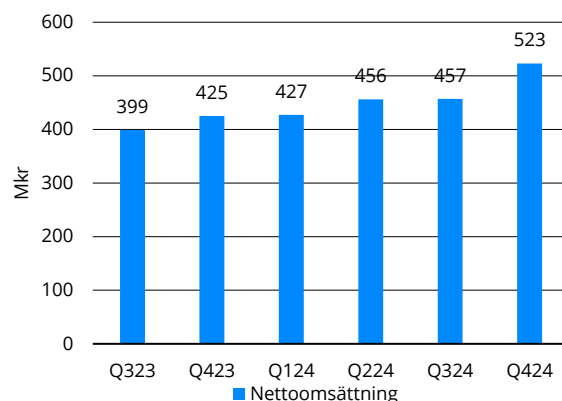
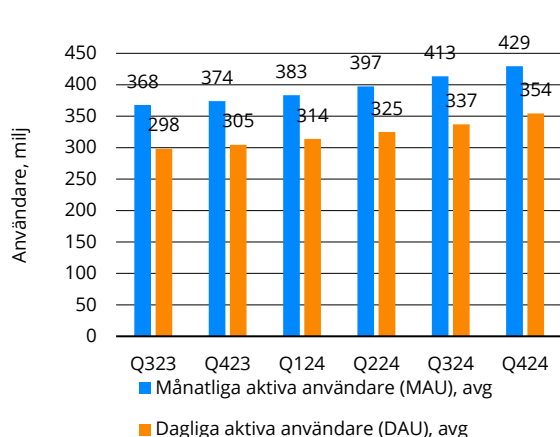
Totalt Indien MEA Övriga världen

360,6 259,0 73,3 28,9

292,6 218,6 55,2 18,7

1,0 0,89 1,38 3,35

8,63 5,28 10,27 14,02



Finansiell utveckling

Fjärde kvartalet 2024 (oktober–december)

Intäkter

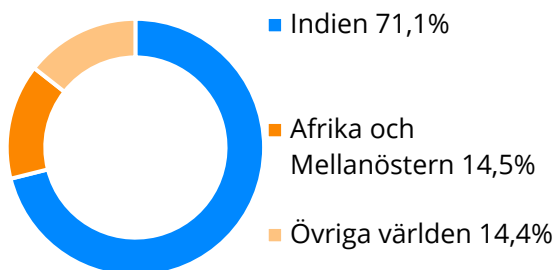
De totala intäkterna under det fjärde kvartalet ökade med 22 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 528,5 (434,5) Mkr.

Övriga intäkter uppgick till 5,7 (9,8) Mkr.

Nettoomsättningen uppgick till 522,8 (424,7) Mkr, en ökning med 23 procent jämfört med fjärde kvartalet 2023. Valutaeffekter hade en mindre negativ effekt på intäkterna under kvartalet, se Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen ökade med 20 procent i Indien till 371,9 (311,1) Mkr med 43 procent i Mellanöstern & Afrika till 76,0 (53,0) Mkr och med 24 procent i övriga världen till 74,9 (60,5) Mkr. Svagare valutakurser i några av Truecallers större marknader i Mellanöstern & Afrika hade en negativ påverkan på intäkterna i regionen.



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonsintäkterna ökade med 17 procent till 372,0 (318,1) Mkr.

Annonsintäkterna per dagligt aktiv användare (DAU) ökade något till 1,05 (1,04) SEK vilket var den första gången sedan Q3 2022 som snittintäkten per användare ökade.

Annonsintäkterna ökade i samtliga regioner med den starkaste utvecklingen i Mellanöstern & Afrika där såväl ökat antal användare, ökat antal annonsvisningar per användare samt högre genomsnittspris per annons bidrog positivt.

De genomsnittliga priserna för Truecallers annonsprodukter (CPM) minskade med cirka 25 procent. Minskningen beror bland annat på ett större utbud av annonser i relation till efterfrågan, framförallt på den indiska marknaden. Truecaller fortsätter att maximera intäkter per användare istället för t.ex. CPM eller fyllnadsgrad.

Antalet annonsvisningar som Truecaller tar betalt för ökade med 57 procent jämfört med motsvarande period

föregående år. Bidragande till det ökade antalet annonsvisningar har varit ett ökat antal interaktioner med appen av Truecallers användare samt att Truecaller tillgängliggjort annonsutrymmen i appen som tidigare inte nyttjats. Truecaller fortsätter också att förbättra förmågan att visa annonser effektivare för användare genom att öka kvaliteten på annonsförfrågningar samt renderingsförmågan (render rate).

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 39 procent till 77,7 (55,7) Mkr. Premiumintäkterna växer starkt som en effekt av ett förbättrat erbjudande där fler funktioner succesivt utvecklats och en bättre riktad marknadsföring av premiumerbjudandet. Under 2024 samlades alla premiumfunktioner i en prenumerationsplan istället för att erbjuda en mängd olika premiumpaket. Det har haft en positiv effekt på intäkterna och genomsnittsintäkten per prenumerant. Genomsnittligt antalet betalande användare uppgick under kvartalet till 2,58 (2,11) miljoner. Konverteringsgraden till betalande användare fortsatte att utvecklas positivt och uppgick under kvartalet i genomsnitt till 0,60% (0,56%). Även snittintäkten per användare utvecklades positivt till 9,93 (8,79) kronor per månad. Intäkterna ökade starkt i samtliga regioner där den starkaste relativa utvecklingen var i region övriga världen (utanför Indien och MEA).

Intäkterna för Truecaller for Business ökade med 45 procent till 71,9 (49,6) Mkr. Intäkterna utvecklades positivt för såväl Verified Business som Business Messaging. För Verified Business ökade de årligen återkommande intäkterna (ARR) med drygt 50 procent till 234 (154) Mkr. Allt fler kunder väljer längre kontrakt och planer som inkluderar fler av de funktioner Truecaller utvecklat för företag vilket ökar intäkterna per kund. Truecallers företagstjänster är mycket uppskattade av kunderna vilket resulterar i att antalet uppsägningar från viktigare företagskunder är få. Truecallers intäktsförlust från sådana uppsägningar i relation till totala intäkter var i genomsnitt under kvartalet cirka 2,7 procent (2,7%). Genom ett samarbete med CPaaS-bolaget Tanla skickar Truecaller också B2C-meddelanden till Truecallers användare. Volymerna av affärsmeddelanden har succesivt ökat och under kvartalet skickades totalt 4,9 (2,6) miljarder meddelanden. Business Messaging står idag för cirka 25 procent av intäkterna inom Truecaller for Business.

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

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 25 procent till 403,0 (323,0) Mkr jämfört med samma period föregående år.

Bruttomarginalen ökade och uppgick till 77,1 (76,1) procent. Bruttomarginalen bestäms huvudsakligen av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, samt kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster. Ökningen av bruttomarginalen beror främst på effektiviseringar av server- och verifikationskostnader. Dessa varierar något över tid som en funktion av till exempel förändrade priser för SMS-meddelanden i olika marknader. Truecaller arbetar kontinuerligt med att optimera dessa kostnader.

Rörelseresultat

EBITDA ökade med 19 procent och uppgick till 201,1 (168,5) Mkr och EBITDA-marginalen uppgick till 38,5 (39,7) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) ökade med 20 procent till 187,9 (156,3) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 35,9 (36,8) procent.

Personalkostnaderna under kvartalet ökade till 120,2 (90,3) Mkr. Exklusive kostnaderna för incitamentsprogram ökade kostnaderna med 2 procent till 89,9 (88,4) Mkr. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönekostnad för perioden om 18,5 (0,9) Mkr, med motsvarande ökning av eget kapital, samt sociala avgifter om 11,8 (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. Lönekostnaderna värderas till verkligt värde och periodiseras över löptiden för programmet. I det fjärde kvartalet 2023 var incitamentskostnaderna ovanligt låga på grund av upplösning av reserveringar avseende personaloptioner inom LTIP 2021 där prestationsvillkoren inte uppnått vilket minskade kostnaderna med cirka 11 Mkr. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 5,8 (0,5) procentenheter och varit 44,3 (40,1) procent. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader ökade till 87,5 (74,0) Mkr jämfört med samma period föregående år. Ökningen av kostnader beror på ökade tillväxtsatsningar i ett antal regioner genom till exempel ökade investeringar i användarförvärv genom digital marknadsföring samt ökade kostnader för avtal med telefontillverkare där Truecallerappen är förinstallerad. Exklusive dessa tillväxfokuserade satsningar så minskade de övriga externa kostnaderna något.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick ökade med 29 procent till 202,6 (157,2) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 150,4 (116,2) Mkr. Finansnettot uppgick till 14,7 (0,9) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 52,1 (41,0) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 25,7 (26,1) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 0,44 (0,33) SEK och efter utspädning till 0,44 (0,33) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 181,9 (170,6) Mkr varav -6,4 (56,8) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -46,2 (-58,9) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -1,6 (-40,8) Mkr och inkluderade investering av kortfristiga räntefonder om - (-) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -32,7 (-180,9) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -23,7 (-173,3) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till 147,7 (-51,1) Mkr.

Vid kvartalets slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 496,0 (631,3) Mkr samt 828,0 (941,3) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 77,0 (80,7) procent.

Truecaller har en revolverande företagskredit om 500,0 (500,0) Mkr. Per balansdagen hade - (-) Mkr utnyttjats. Koncernens totala tillgångar uppgick per den 31 december 2024 till 1 955,5 (2 160,3) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 231,8 (162,0) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 109,2 (86,0) Mkr. Ökningen av kundfordringar är främst hänförlig till ökningen av direktförsäljning inom annonsaffären samt tillväxten inom Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för bolagets kunder är normalt 30 till 60 dagar. Redovisade men ej realiserade kundförluster uppgick den 31 december 2024 till 12,5 (4,6) Mkr. Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare är främst kopplade till fordringar gentemot Google och Meta.

Investeringar

Under det fjärde kvartalet 2024 aktiverades 5,7 (7,3) 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 skapar en indirekt valutaexponering för Truecaller. 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 mindre negativ påverkan på omsättningen under fjärde kvartalet 2024 jämfört med motsvarande kvartal 2023 främst som en effekt av en något försvagad indisk rupie och som en effekt av de kraftiga

försvagningarna för egyptiska pund och nigerianska naira. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar hade en negativ effekt på EBITDA-marginalen om cirka 1 procentenhet i kvartalet.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för kvartalet uppgick till 4,0 (2,0) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 154,4 (-5,1) Mkr. Resultatet efter skatt uppgick till 153,5 (-4,1) Mkr. Likvida medel uppgick den 31 december 2024 till 68,4 (176,5) Mkr. Utöver likvida medel har moderbolaget 260,3 (400,0) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Inga investeringar har skett i immateriella eller materiella tillgångar. Vid periodens slut var 2 (2) personer anställda i moderbolaget.

Januari – december 2024

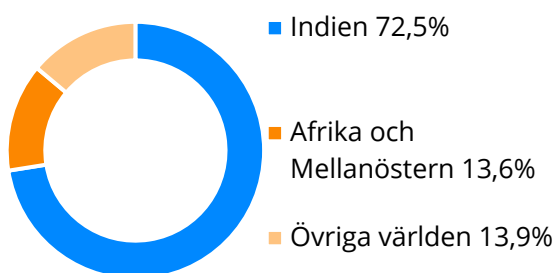
Intäkter

De totala intäkterna för perioden januari till december ökade med 8 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 1 876,3 (1 740,4) Mkr. Utöver nettoomsättningen uppgick övriga intäkter till 13,1 (11,5) Mkr.

Nettoomsättningen för perioden ökade med 8 procent jämfört med motsvarande period föregående år och uppgick till 1 863,2 (1 728,9) Mkr. Valutaeffekter hade en negativ effekt på intäkterna under perioden, se Valutaexponering nedan.

Nettoomsättningens fördelning per region

Nettoomsättningen ökade med 3 procent i Indien till 1 350,0 (1 309,9) Mkr, ökade med 22 procent i Mellanöstern & Afrika till 254,3 (206,3) Mkr och med 23 procent i övriga världen till 258,9 (212,6) Mkr. Svagare valutakurser i några av Truecallers största marknader i Mellanöstern & Afrika hade en negativ påverkan på intäkterna i regionen.



Nettoomsättningens fördelning per tjänst

Annonstäckerna var stabila och uppgick till 1 344,6 (1 346,1) Mkr. Exklusive minskade annonsintäkter om cirka 60 MKR i samband med den indiska cricketsäsongen (IPL) under årets två första kvartal ökade annonsintäkterna med cirka 5 procent.

En lägre efterfrågan i spåren av en svagare global makroekonomisk utveckling samt ett större utbud av annonser på den indiska marknaden resulterade i att de genomsnittliga priserna för Truecallers annonsprodukter

(CPM) minskade med cirka 34 procent. Truecaller fortsätter att maximera intäkter per användare istället för CPM eller fyllnadsgrad.

Antalet annonsvisningar som Truecaller tar betalt för ökade med 39 procent jämfört med motsvarande period föregående år. Truecaller fortsätter att förbättra förmågan att visa annonser effektivare för användare genom att öka kvaliteten på annonsförfrågningar samt renderingsförmågan (render rate). Bidragande till det ökade antalet annonsvisningar har också varit ett ökat antal interaktioner med appen av Truecallers användare.

Intäkterna från premium-prenumerationer ökade med 30 procent till 267,8 (206,2) Mkr. Konverteringsgraden till betalande användare fortsatte att utvecklas positivt. Lanseringen av mer avancerade funktioner hade en positiv påverkan på såväl intäkterna per användare som tillväxten av betalande användare. Tillväxten har varit särskilt stark hos användare på iOS.

Intäkterna för Truecaller for Business ökade med 44 procent till 244,9 (170,2) Mkr. Intäkterna utvecklades positivt för såväl Verified Business som Business Messaging. För Verified Business bidrog såväl nya samarbeten som fördjupade samarbeten med tidigare kunder positivt till intäkterna. Genom ett samarbete med CPaaS-bolaget Tanla skickar Truecaller också B2C-meddelanden till Truecallers användare. Volymerna av affärsmeddelanden har succesivt ökat och under helåret 2024 skickades 13,1 miljarder meddelanden (8,5), en ökning med mer än 50 procent.

Övriga intäkter inom nettoomsättningen uppgick till 5,9 (6,4) Mkr.

Bruttoresultat

Bruttoresultatet ökade med 9 procent till 1 421,5 (1 307,7) Mkr jämfört med samma period föregående år. Bruttomarginalen ökade och uppgick till 76,3 (75,6) procent. Bruttomarginalen bestäms huvudsakligen av avgifter till partners som till exempel Google och Apple, samt kostnader för verifikation av nya användare och för servrar som används för bolagets tjänster. Effektiviseringsprojekt har lett till lägre kostnader för verifikation av nya användare vilket bidrog positivt till marginalökningen.

Rörelseresultat

EBITDA minskade något och uppgick till 684,2 (702,9) Mkr och EBITDA-marginalen uppgick till 36,7 (40,7) procent.

Rörelseresultatet (EBIT) minskade till 632,1 (657,7) Mkr, motsvarande en rörelsemarginal om 33,9 (38,0) procent.

Personalkostnaderna under perioden ökade till 419,9 (361,1) Mkr. Exklusive kostnader för de långsiktiga incitamentsprogrammen ökade personalkostnaderna med 8 procent till 346,2 (321,4) Mkr. Lönekostnaderna ökade främst som en effekt av den årliga lönejustering som sker från 1 april. Koncernens långsiktiga incitamentsprogram medförde en lönekostnad för perioden om 55,9 (35,1) Mkr,

med motsvarande ökning av eget kapital, samt sociala avgifter om 17,8 (4,8) 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. Exklusive kostnader för incitamentsprogram hade EBITDA-marginalen under kvartalet ökat med 4,0 (2,3) procentenheter och varit 40,7 (43,0) procent. Se mer info i not 5.

Övriga externa kostnader ökade till 330,5 (255,2) Mkr jämfört med samma period föregående år. Ökningen av kostnader beror på ökade tillväxstsatsningar i ett antal tillväxtregioner. Kostnaderna har främst ökat på grund av ökade investeringar i användarförvärv genom digital marknadsföring samt ökade kostnader för avtal med telefontillverkare där Truecallerappen är förinstallerad. Exklusive dessa tillväxtrelaterade kostnadsökningar var övriga externa kostnader stabila.

Periodens resultat och resultat per aktie

Resultatet före skatt uppgick till 698,9 (712,3) Mkr. Periodens resultat efter skatt var 524,3 (536,3) Mkr. Finansnettot uppgick till 66,7 (54,6) Mkr.

Den totala skatten uppgick till 174,5 (176,0) Mkr vilket motsvarar en effektiv skattesats om 25,0 (24,7) procent för koncernen.

Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 1,51 (1,49) SEK och efter utspädning till 1,51 (1,49) SEK.

Kassaflöde och finansiell ställning

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 604,0 (582,0) Mkr varav -18,7 (57,4) Mkr är hänförligt till förändringar av rörelsekapital och -177,1 (-213,8) Mkr är hänförligt till betald inkomstskatt. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick 130,2 (-626,9) Mkr och inkluderade försäljning av kortfristiga räntefonder om 400,0 (-) Mkr, investering i finansiella anläggningstillgångar på -(-32,7) Mkr samt investering i kortfristiga räntefonder om -250,0 (-500,0) Mkr. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -882,1 (-643,1) Mkr och inkluderade återköp av egna aktier om -241,8 (-659,6) Mkr, återköp av teckningsoptioner om -18,4 (-) Mkr samt utbetald utdelning om -589,8 (-) Mkr. Periodens kassaflöde uppgick till -147,9 (-688,0) Mkr.

Vid periodens slut hade Truecaller likvida medel som uppgick till 496,0 (631,3) Mkr samt 828,0 (941,3) Mkr placerade i kortfristiga räntefonder. Soliditeten uppgick till 77,0 (80,7) procent.

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

Koncernens totala tillgångar uppgick per den 31 december 2024 till 1 955,5 (2 160,3) Mkr. Redovisade värden för finansiella tillgångar och finansiella skulder bedöms i allt väsentligt överensstämma med verkligt värde.

Koncernens kundfordringar uppgick till 231,8 (162,0) Mkr och fordringar på annonsnätverk och plattformsägare uppgick till 109,2 (86,0) Mkr. Ökningen av kundfordringar är främst hänförlig till ökningen av direktförsäljning inom annonsaffären samt tillväxten inom Truecaller for Business. Betalningsvillkoren för bolagets kunder är normalt 30 till 60 dagar. Redovisade men ej realiserade kundförluster uppgick den 31 december 2024 till 12,5 (4,6) Mkr. Fordringar på annonsnätverk och plattformsägare är främst kopplade till fordringar gentemot Google och Meta.

Investeringar

Under perioden aktiverades 11,9 (8,9) 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 skapar en indirekt valutaexponering för Truecaller. 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 negativ effekt på omsättningen under januari-december 2024 jämfört med motsvarande period 2023 främst som en effekt av en något försvagad indisk rupie och som en effekt av de kraftiga försvagningarna för egyptiska pund och nigerianska naira. Bolagets uppskattning är att valutakursförändringar hade en negativ effekt på EBITDA-marginalen om drygt 1 procentenhet under perioden.

Moderbolaget

Moderbolagets intäkter för perioden uppgick till 10,4 (8,2) Mkr vilket avser fakturering till dotterbolag för utförda tjänster. Resultatet före skatt uppgick till 550,0 (400,3) Mkr där merparten av resultatet är hänförligt till utdelning från dotterbolag. Resultatet efter skatt uppgick till 549,9 (400,2) Mkr. Likvida medel uppgick den 31 december 2024 till 68,4 (176,5) Mkr. Utöver likvida medel har moderbolaget 260,3 (400) 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

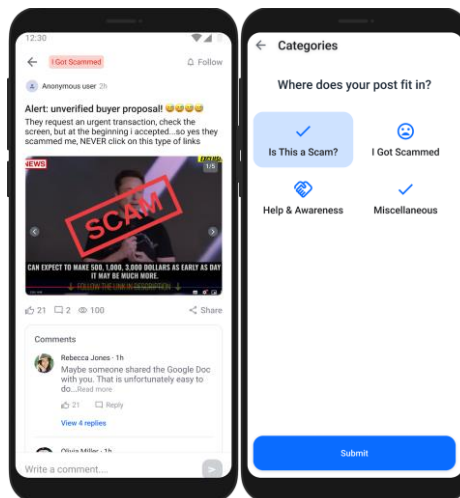
Truecaller fortsätter att göra betydande framsteg i sin mission att göra kommunikation smartare, säkrare och mer effektiv för människor över hela världen. Viktiga produktutvecklingar under Q4 inkluderade framsteg inom AI och maskininlärning, lanseringen av en förbättrad LLM-driven Assistent för Premium-användare samt utrullningen av den inbyggda Scam Feed-funktionen i Indien. Utvecklingen av en uppgraderad samtalsidentifiering och samtalsblockeringsupplevelse för iPhone-användare fortskred också, med lansering i januari 2025. Premiumprenumerationer och intäkter fortsatte att växa, medan Truecaller for Business levererade starka resultat.

Förbättringar av kärnprodukterna och ökat engagemang i appen

Truecaller har förbättrat sina kärnfokusområden, såsom bedrägeri- och skräppostdetektering, genom fortsatt investering i AI- och maskininlärningskapacitet. Under fjärde kvartalet rullade Truecaller framgångsrikt ut ett helt nytt neuralt nätverksbaserat tillvägagångssätt för att upptäcka skräppost, vilket ledde till en ökning av upptäckta skräppostsamtal på nyckelmarknader som Colombia med 50%, samt betydande förbättringar i alla andra toppmarknader. Truecaller förbättrade även bedrägeriupptäckt genom analys av samtalsmönster och introducerade en unik funktion för att identifiera nummerförfalskning, vilket gjorde det möjligt att korrekt identifiera miljontals ytterligare bedrägerisamtal varje dag.

AI-funktioner förbättrar också andra produktområden, såsom lanseringen av en ny, förbättrad LLM-driven Assistent som levererar en mer naturlig konversationsupplevelse, snabbare svarstider och förbättrade funktioner till en avsevärt lägre infrastrukturkostnad jämfört med liknande lösningar. Denna nya Assistent har lanserats för Premium-användare i USA och har resulterat i 33% ökning av svarsfrekvensen och en ökning med mer än 50% ökad aktiv användning. Truecaller planerar att lansera den nya Assistenten på alla stora marknader, inklusive Indien, under de kommande månaderna.

Under fjärde kvartalet lanserades också Scam Feed, en ny funktion i Android-appen där Truecaller-communityn kan diskutera och uppmärksamma olika typer av bedrägerier eller ställa frågor om misstänkt aktivitet. Scam Feed började som ett mindre experiment med några miljoner användare i Indien men har nu, tack vare hög användarinteraktion, rullats ut till alla användare i landet.



Truecallers största engagemangsdrivande funktioner under 2024 har fokuserat på AI-drivna förbättringar, gamification, användarupplevelseförbättringar och plattformsexpansion. Det belöningsprogram som lanserades under tredje kvartalet uppmuntrar användare att utföra handlingar som att ge nödvändiga behörigheter och skicka in feedback, och belönar dem med Premium-förmåner. Programmet har lett till ökat engagemang, bättre upptäckt av funktioner och förbättrad användarretention.

Förbättringar av samtals- och meddelandeupplevelsen under året har gjort appen lättare att navigera och har lett till större interaktion med kommunikationsfunktionerna. Introduktionen av AI-genererat Message ID har förbättrat SMS-kategorisering och hjälpt användare att hantera sina meddelanden mer effektivt.

Truecaller har även expanderat till nya plattformar genom Wear OS-integration och förbättringar på Truecaller.com, vilket gör att användare kan interagera med Truecaller bortom sina smartphones. För iOS har automatisk skräppostblockering för Premium-användare och den kommande live-samtalsidentifieringfunktionen för iOS 18.2 (och senare versioner) ytterligare ökat engagemanget och prenumerationsintäkterna. Dessa förbättringar har sammantaget lett till högre retention, ökad användning av funktioner och en 37% ökning av användarengagemanget i appen på årsbasis.

Fortsatt global tillväxt av prenumerationsintäkter

Premiumprenumerationer och intäkter fortsatte att växa starkt under fjärde kvartalet. De globala Premium-intäkterna ökade med 15 % jämfört med föregående kvartal (Q3) och 39% jämfört med samma period föregående år.

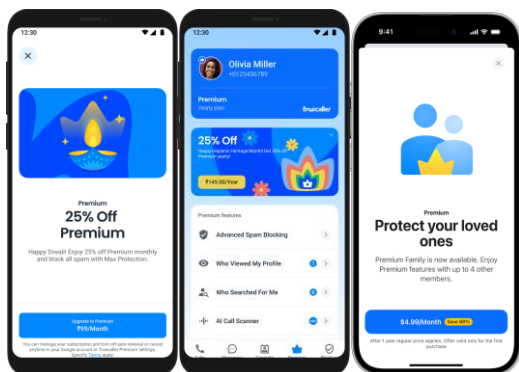
Tillväxten var stark både i Indien och på andra marknader. Intäkterna från prenumerationer utanför Indien och MEA ökade med mer än 15% jämfört med föregående kvartal och mer än 50% på årsbasis.

Förenklade Premium-erbjudanden och en övergång till den mer avancerade premiumplanen har burit frukt. Dessa nya Premium-planer, lanserade i slutet av andra kvartalet, har lett till en ökning av den genomsnittliga intäkten per Premium-användare (ARPPU) med mer än 6% jämfört med föregående kvartal. Vid slutet av fjärde kvartalet hade mer än hälften av Premium-användarna bytt till de högre värdeplanerna.

I Indien visade både iOS- och Android-premiumprenumerationer imponerande tillväxt, främst drivet av strategin med en enda plan och den fortsatta adoptionen av Premium-funktioner som att bli verifierad på plattformen och bedrägeriförsäkring, som lanserades under Q3 respektive Q2. Mot slutet av Q4 lanserades familjeabbonemang på iOS, vilket gjorde det möjligt för iOS-användare att köpa och fullt ut hantera sina familjeprenumerationer.

Under fjärde kvartalet förberedde Truecaller också lanseringen av sin första fullskaliga samtalsidentifierings- och samtalsblockeringsupplevelse på iPhone, utvecklad i samarbete med Apple. Dessa funktioner lanserades i mitten av januari 2025 exklusivt för Premium-prenumeranter med iOS 18.2 och senare. Denna efterlängtade funktion, tillsammans med den kommande expansionen av den nya Assistenten, banar väg för fortsatt tillväxt i Premium-intäkter under 2025.

Truecaller fortsätter att investera i och utöka kapabiliteterna hos sin egenutvecklade User Monetization Engine (UME) för att bättre engagera både Android- och iPhone-användare. För iOS har nya komponenter för att minska uppsägningar av premiumabbonemang och segmenteringsverktyg bidragit till tillväxten, medan Android-användare med låg köprespons belönas med tillfällig tillgång till Premium-funktioner, vilket gamifierar engagemanget och ökar Truecallers annonsintäkter. Sammantaget gör dessa uppdateringar det möjligt för Truecaller att effektivare engagera och belöna användare på båda plattformarna.



Stark efterfrågan på nya annonsformat och investeringar i AdTech

Under fjärde kvartalet fortsatte Truecaller att förbättra sin intäktsgenereringsförmåga från annonser genom riktade investeringar inom utbud, efterfrågan och kapabiliteter i sin AdTech-plattform. "Rewarded ads", som introducerades under Q3, bygger på en värdeutbytesmodell där användare interagerar med annonser i utbyte mot tillgång till produktfunktioner. När detta format skalades upp under Q4 bibehöll det en stark efterfrågan med hög fyllnadsgrad och konkurrenskraftiga avkastningar. Tester genomförda under kvartalet undersökte ytterligare produktfunktioner som kan erbjudas som belöningar, vilket utökade möjligheterna att tillhandahålla denna typ av annonsinventarier.

Interstitiella annonser, ett annat format med högre prisnivåer som lanserades under andra halvåret 2024, har också visat stark monetisering. Under Q4 stärktes efterfrågan ytterligare genom att fler efterfrågepartners integrerades, samtidigt som interstitiella annonser utökades för att inkludera fler interaktioner. Detta möjliggjorde en ökning av antalet annonsvisningar samtidigt som en balans med användarupplevelsen bibehölls. Truecaller är nu väl positionerat för att skala upp intäkterna från detta format genom att inkludera ännu fler anpassade interaktionsmöjligheter.

Under fjärde kvartalet lanserades även de första pilotkampanjerna för nummerpresentation (Caller ID) som en annonsyta. Denna exklusiva annonsplats hanteras genom Truecallers egenutvecklade annonsserver och direkta försäljningskanal, vilket möjliggör fullständig målinriktning och en optimal kombination av räckvidd och precision. Med miljarder outnyttjade annonsmöjligheter per dag har detta format stor potential för framtida tillväxt.

På videoannonsområdet fortsatte anpassade videoannonser att skala upp. Under Q4 integrerades fler programmatiska partners för VAST-format (Video Ad Serving Template), och framgångsrika betalda pilotkampanjer genomfördes på OTT-plattformar och in-stream-videoappar via Truecaller DSP.

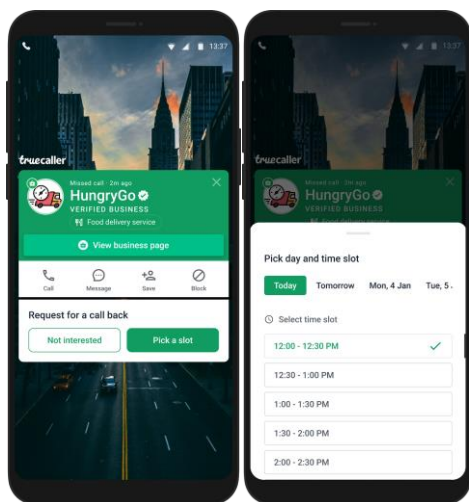
Investeringarna i Truecaller Ad Server, företagets egenutvecklade AdTech-plattform, visade fortsatt stark utveckling inom avancerad användarmålinriktning, innovativa annonsformat och en förbättrad optimeringsmotor. Plattformen stöder nu integrering av efterfrågepartners via både tredjepartsprogrammatisk annonsering och direkta försäljningskanaler över ett brett spektrum av annonsformat och placeringar för olika användningsområden på efterfrågesidan.

Truecaller for Business fortsätter sin globala expansion; rekordkvartal för affärsmeddelanden i Indien

Truecaller for Business (TfB) fortsätter sin tillväxt med starkt momentum från samtliga nyckelprodukter. Tillväxten drivs av en djupare integration med befintliga kunder, som i allt högre grad utnyttjar fler funktioner inom plattformen Verified Business Customer Experience (CX). Som ett resultat ökar värdet på avtalen, med en växande efterfrågan på mer avancerade abonnemang och långsiktiga avtal. Betydande framgångar i Mellanöstern och Afrika (MEA) under Q4 understryker plattformens växande genomslag i regionen. Med en strategisk inriktning på expansion i dessa marknader fortsätter Truecaller att investera i att stärka sin närvaro och påverkan i företagssegmentet.

I Q3 introducerades Verified Campaigns som en del av Verified Business CX-plattformen. Denna funktion möjliggör för företag att skapa varumärkesanpassade, hyperpersonliga och kontextuella kunddialoger med rika medieformat. Det gör det enklare för marknadsföringsteam att öka kundengagemang, driva lojalitet och tillväxt. Verified Campaigns har mottagits väl och visar lovande tecken på kommersiell adoption.

Truecaller har även fortsatt att skapa värde för företag genom att förbättra den befintliga "Call-Me-Back"-funktionen, ett effektivt verktyg för att konvertera leads. Uppdateringar under Q4 har gjort det enklare för företag att identifiera och engagera kunder med hög konverteringspotential.



Affärsmeddelanden hade ett rekordkvartal, där både intäkter och meddelandevolym överträffade tidigare nivåer. Detta starka resultat drevs av det fortsatta strategiska partnerskapet med Tanla i Indien och resulterade i en 86-procentig tillväxt i meddelandevolym jämfört med föregående år, med över 4,5 miljarder levererade meddelanden. Rich media-meddelanden visade också stark tillväxt kvartal över kvartal.

Under de senaste kvartalen har Truecaller integrerat stora språkmodeller (LLM) i sin meddelandeupplevelse genom AI-drivna Message ID. Denna funktion bygger på frivilliga användarbidrag med on-device processing, vilket säkerställer kontinuerlig förbättring och skydd av användarnas integritet. Truecaller har nyligen utökat denna teknologi till företagslösningar, vilket gör det möjligt för företag att anpassa hur deras meddelanden sammanfattas i realtid. Under Q4 implementerades denna funktion av företag som Swiggy, en av Indiens största matleveranstjänster, och Nobroker, en ledande fastighetsteknologiplattform. Detta understryker dess mångsidighet och effektivitet över olika branscher.

TfB:s risk- och säkerhetsprodukt, Risk Intelligence, börjar visa tillväxt både i kundbas och intäktpotential även om det fortfarande är i ett tidigt skede. Utöver sitt betydande värde för finansinstitut som betjänar nya kredit-/bankkunder, används produkten också för nya tillämpningar, såsom upptäckt av bedrägliga aktörer (eller "målvaktskonton") för större fintech-företag.

Under Q4 erhöll Truecaller tre betydande ISO-certifieringar:

- ISO 27001 – Informationssäkerhetshantering
- ISO 22301 – Kontinuitetshantering för affärsverksamhet
- ISO 9001 – Kvalitetshanteringssystem

Dessa certifieringar bekräftar Truecallers ledarskap inom säkra och effektiva kommunikationslösningar för både konsumenter och företag. De stärker företagets konkurrenskraft på högt reglerade marknader som telekommunikation, finans och energi, där regelefterlevnad inom säkerhet, kontinuitet och kvalitet är avgörande.

Övrig information

Återköp av egna aktier under kvartalet

Under det fjärde kvartalet återköptes 567 500 B-aktier för cirka 23,9 Mkr. Totalt hade Truecaller vid kvartalets slut återköpt 3 945 332 B-aktier och 6 100 000 miljoner C-aktier vilket motsvarar 2,85% av det utestående kapitalet. Läs mer i not 6. Totalt har återköp i det nuvarande programmet gjorts för 143,4 Mkr vilket innebär att snittkursen för återköpen varit 36,35 SEK per aktie. Truecallers styrelse har ett bemyndigande från årsstämman att återköpa maximalt 10% av det utestående kapitalet till årsstämman den 23 maj 2025. Sedan Truecaller började återköpa aktier under 2022 har totalt 32,6 miljoner B-aktier återköpts för cirka 1 083 MSEK vilket motsvarar en genomsnittskurs för återköpen om 33,2 SEK per aktie. Återköpen kan löpande följas på Truecallers hemsida: <https://corporate.truecaller.com/investors/the-share>.

Ändrat antal aktier

Antalet aktier och röster i Truecaller AB ändrades under november till följd av nyemissionen av 38 666 B-aktier och en ökning av aktiekapitalet med 83,616 SEK med anledning av nyttjande personaloptioner av serie 2021:4. Antalet aktier i Truecaller uppgår nu till 353 079 080, varav 46 783 800 stamaktier av serie A, med tio (10) röster per aktie, 300 195 280 stamaktier av serie B, med en (1) röst per aktie, och 6 100 000 aktier av serie C, med en (1) röst per aktie. Det totala antalet röster i Truecaller uppgår till 774 133 280.

Det totala antalet röster i Truecaller, exklusive Truecallers eget innehav om 3 945 332 egna stamaktier av serie B och 6 100 000 egna aktier av serie C, uppgår till 764 087 948.

Skatteundersökning i Indien

Under fjärde kvartalet 2024 blev Truecaller föremål för en skatteundersökning i Indien. Sådana undersökningar och revisioner är vanliga för multinationella företag och fokuserar ofta på internprissättning. Truecaller har en välbalanserad och väldokumenterad internprissättningspolicy sedan 2018, och i nuläget ser företaget ingen anledning att anta att denna senaste indiska undersökning kommer att leda till materiellt ökade skattebetalningar i Indien när processen når sitt slut. Denna bedömning kan komma att ändras under processens gång.

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 2023.

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 kv 1: 8 maj 2025
Bolagsstämman: 23 maj 2025
Delårsrapport kv 2: 18 juli 2025
Delårsrapport kv 3: 7 november 2025

Kontaktuppgifter

Rishit Jhunjunwala, CEO
E-post: rishit.jhunjunwala@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 bokslutskommuniké innehåller insiderinformation som Truecaller AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande vid den tidpunkt som anges av bolagets nyhetsdistributör Cision vid offentliggörandet av detta pressmeddelande.

Rapport över resultat i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Nettoomsättning	3	522 776	424 723	1 863 218	1 728 895
Övriga intäkter		53	2 537	1 236	2 598
Aktiverat arbete för egen räkning		5 685	7 280	11 881	8 930
Förmedlingskostnader		-119 947	-101 713	-441 728	-421 203
Övriga externa kostnader		-87 502	-73 968	-330 501	-255 209
Personalkostnader		-120 170	-90 341	-419 898	-361 127
Av- och nedskrivningar		-13 210	-12 208	-52 067	-45 207
Rörelseresultat		187 884	156 310	632 140	657 677
Finansnetto		14 674	915	66 724	54 616
Resultat efter finansiella poster		202 558	157 226	698 864	712 293
Skatt		-52 128	-40 993	-174 541	-175 960
Periodens resultat ¹⁾		150 430	116 233	524 323	536 333
Resultat per aktie					
Resultat per aktie före utspädning (kr)		0,44	0,33	1,51	1,49
Resultat per aktie efter utspädning (kr)		0,44	0,33	1,51	1,49
Genomsnittligt antal aktier före utspädning		343 170 960	353 287 951	346 995 706	359 728 698
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning		343 170 960	353 287 951	346 995 706	359 728 698

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

Rapport över totalresultat koncernen

Belopp i Tkr	Not	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Periodens resultat		150 430	116 233	524 323	536 333
Övrigt totalresultat för perioden					
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>					
Omräkningsdifferens		15 797	-12 009	14 403	-10 533
Förändringar av kassaflödessäkringar		-1 416	-	-1 416	-
<i>Poster som inte kommer att omklassificeras till resultatet</i>					
Omvärdering av förmånsbestämda pensionsplaner		-1 551	3 140	68	3 140
Övrigt totalresultat för perioden		12 831	-8 868	13 056	-7 393
Totalresultat för perioden ¹⁾		163 261	107 364	537 378	528 941

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

Rapport över finansiell ställning i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	Not	2024 31 dec	2023 31 dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Goodwill		49 083	45 432
Övriga immateriella tillgångar		27 589	24 993
Materiella anläggningstillgångar		14 455	18 352
Nyttjanderättstillgångar		95 744	118 805
Finansiella anläggningstillgångar	4	32 698	32 698
Uppskjuten skattefordran		36 229	34 878
Andra långfristiga fordringar	4	22 664	26 584
Summa anläggningstillgångar		278 461	301 742
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	4	353 020	285 995
Kortfristiga placeringar	4	827 950	941 256
Likvida medel	4	496 047	631 347
Summa omsättningstillgångar		1 677 017	1 858 599
SUMMA TILLGÅNGAR		1 955 479	2 160 340
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare		1 506 439	1 743 703
Summa eget kapital		1 506 439	1 743 703
Långfristiga skulder			
Skuld avseende förmånsbestämda pensionsplaner		9 386	6 608
Leasingskulder		74 331	98 176
Uppskjuten skatteskuld		35 399	38 731
Övriga långfristiga skulder	4	13 779	9 150
Summa långfristiga skulder		132 893	152 665
Kortfristiga skulder			
Leasingskulder		25 798	22 763
Övriga kortfristiga skulder	4	290 347	241 208
Summa kortfristiga skulder		316 146	263 972
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		1 955 479	2 160 340

Kassaflödesanalys i sammandrag koncernen

Belopp i Tkr	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Den löpande verksamheten				
Resultat efter finansiella poster	202 558	157 226	698 864	712 293
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	32 056	15 447	101 090	26 047
Betald inkomstskatt	-46 238	-58 876	-177 128	-213 822
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	188 376	113 796	622 826	524 519
Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital ¹⁾				
Förändringar av rörelsefordringar	-52 245	21 714	-68 657	19 066
Förändringar av rörelseskulder	45 790	35 050	49 916	38 377
Kassaflöde från den löpande verksamheten	181 922	170 559	604 086	581 962
Investeringsverksamheten				
Förvärv av koncernföretag, nettoeffekt på likvida medel	-	-22 136	-	-27 422
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-720	-1 243	-2 298	-17 070
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-5 685	-7 280	-11 881	-8 930
Investering i kortfristiga placeringar	-	-	-250 000	-500 000
Förändring av finansiella fordringar ¹⁾	4 808	-10 169	-5 665	-40 766
Försäljning av kortfristiga placeringar	-	-	400 000	-
Finansiella anläggningstillgångar	-	-	-	-32 679
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 596	-40 829	130 157	-626 868
Finansieringsverksamheten				
Nyemission	-	66	-	66
Erhållna medel för teckningsoptioner	-	-	1 126	46 718
Återköp teckningsoptioner	-	-114	-18 361	-450
Amortering av leasingsskuld	-8 997	-7 543	-33 272	-29 869
Återköp av egna aktier	-23 665	-173 267	-241 797	-659 548
Utbetald utdelning	-	-	-589 799	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-32 662	-180 859	-882 104	-643 082
Periodens kassaflöde	147 663	-51 128	-147 861	-687 988
Likvida medel vid periodens början	334 381	694 003	631 347	1 327 801
Valutakursdifferens i likvida medel	14 002	-11 528	12 560	-8 466
Likvida medel vid periodens slut	496 046	631 347	496 046	631 347

¹⁾ I jämförelseperioden ingår realiserade värdeförändringar av kortfristiga placeringar i förändringar av rörelsekapital samt i investeringsverksamheten. Från 2024 tas inte dessa förändringar med.

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 2023-01-01	758	1 710 139	2 400	90 797	1 804 093
Periodens resultat	-	-	-	536 333	536 333
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	-10 533	3 140	-7 393
Periodens totalresultat	-	-	-10 533	539 473	528 941
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Nyemission efter transaktionskostnader	4	46 781	-	-	46 785
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	-653 022	-653 022
Teckningsoptioner	-	-18 622	-	-	-18 622
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	35 529	35 529
Summa	4	28 159	-	-617 494	-589 331
Utgående eget kapital 2023-12-31	762	1 738 298	-8 133	12 776	1 743 703
Ingående eget kapital 2024-01-01	762	1 738 298	-8 133	12 776	1 743 703
Periodens resultat	-	-	-	524 323	524 323
Övrigt totalresultat för perioden	-	-	14 403	68	14 471
Förändringar av kassaflödessäkringar	-	-	-1 416	-	-1 416
Periodens totalresultat	-	-	12 987	524 391	537 378
<i>Transaktioner med koncernens ägare</i>					
Fondemission	58	-	-	-58	-
Makulering av egna aktier	-57	-	-	57	-
Egna aktier efter transaktionskostnader	-	-	-	- 241 797	-241 797
Teckningsoptioner	-	-126	-	-	-126
Aktierelaterad ersättning	-	-	-	57 079	57 079
Utdelning ¹⁾	-	-	-	-589 799	-589 799
Summa	1	-126	-	-774 518	-774 643
Utgående eget kapital 2024-12-31	764	1 738 172	4 854	-237 350	1 506 440

¹⁾ Utdelning uppgick till 1,70 SEK per aktie (ordinarie utdelning 0,40 SEK, extra utdelning 1,30 SEK) och avser moderbolagets ägare.

Resultaträkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Rörelsens intäkter		4 022	2 003	10 405	8 191
Övriga externa kostnader		-2 086	-2 097	-10 919	-9 918
Personalkostnader		-4 879	-2 655	-14 937	-11 675
Rörelseresultat		-2 943	-2 749	-15 451	-13 403
Finansnetto		148 848	-15 341	556 974	400 695
Resultat efter finansiella poster		145 905	-18 090	541 523	387 292
Bokslutsdispositioner		8 500	13 000	8 500	13 000
Resultat före skatt		154 405	-5 090	550 023	400 292
Skatt		-924	1 019	-129	-131
Periodens resultat		153 481	-4 071	549 893	400 162

Balansräkning i sammandrag moderföretaget

Belopp i Tkr	Not	2024 31 dec	2023 31 dec
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag		10 297 177	10 297 177
Uppskjuten skattefordran		-	-
Summa anläggningstillgångar		10 297 177	10 297 177
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar		3 604	6 124
Fordringar hos koncernföretag		24 306	13 688
Kortfristiga placeringar		260 311	400 000
Likvida medel		68 414	176 479
Summa omsättningstillgångar		356 635	596 291
SUMMA TILLGÅNGAR		10 653 812	10 893 468
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital och skulder			
Eget kapital		10 645 516	10 870 265
Skulder hos koncernföretag		-	-
Kortfristiga skulder		8 296	23 203
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		10 653 812	10 893 468

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.

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.

Finansiella instrument till verkligt värde

Koncernen har finansiella anläggningstillgångar bestående av investeringen i Mayhem Studios. De finansiella anläggningstillgångarna värderas till verkligt värde via resultaträkningen. Då ingen marknadsnotering finns för investeringen fastställs dess verkliga värde genom andra observerbara data (nivå 2).

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

	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Belopp i Tkr				
Geografisk region				
Indien	371 850	311 174	1 350 600	1 309 882
Mellanöstern och Afrika	76 042	52 996	253 512	206 366
Övriga världen	74 884	60 553	259 106	212 647
Intäkter från avtal med kunder	522 776	424 723	1 863 218	1 728 895

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

Belopp i Tkr	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Typ av tjänst				
Annonsintäkter	371 980	318 082	1 344 598	1 346 114
Användarintäkter	77 695	55 689	267 821	206 219
Truecaller for Business	71 859	49 634	244 943	170 198
Övriga intäkter	1 242	1 319	5 856	6 363
Intäkter från avtal med kunder	522 776	424 723	1 863 218	1 728 895

Not 4. Finansiella instrument

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2024

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	22 664	22 664
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	124 076	124 076
Kundfordringar	-	110 437	110 437
Kortfristiga placeringar	827 950	-	827 950
Likvida medel	-	496 046	496 046
Totalt	860 648	753 224	1 613 871
FINANSIELLA SKULDER			
Leverantörsskulder	-	32 476	32 476
Villkorad tilläggsköpeskilling	10 307	-	10 307
Totalt	10 307	32 476	42 783

Värdering av finansiella tillgångar och skulder per 31 december 2023

FINANSIELLA TILLGÅNGAR	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde i resultaträkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Totalt redovisade värden
Andra långfristiga fordringar	-	26 584	26 584
Finansiella anläggningstillgångar	32 698	-	32 698
Fordringar på annonsnätverk och plattformägare	-	86 020	86 020
Kundfordringar	-	75 965	75 965

Kortfristiga placeringar	941 256	-	941 256
Likvida medel	-	631 347	631 347
Totalt	973 954	819 916	1 793 870

FINANSIELLA SKULDER

Leverantörsskulder	-	46 149	46 149
Villkorad tilläggsköpeskillning	8 404	-	8 404
Totalt	8 404	46 149	54 553

För kortfristiga fordringar och skulder 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 nettnig.

Kortfristiga placeringar

Truecaller har placeringar 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	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Ingående balans	941 256	400 490
Investering kortfristiga placeringar	250 000	500 000
Försäljning av kortfristiga placeringar	-400 000	-
Värdeförändring redovisad i resultatet	36 694	40 766
Utgående balans	827 950	941 256

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 är klassificerad som långfristig skuld.

Villkorad tilläggsköpeskillning, Tkr	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Ingående balans	8 404	13 301
Anskaffningsvärde	-	-
Utbetalning	-	-5 550
Värdeförändring redovisad i resultatet	1 903	653
Utgående balans	10 037	8 404

Finansiella anläggningstillgångar

Koncernens finansiella anläggningstillgångar består av investeringen i Mayhem Studios som gjordes under det andra kvartalet 2023. De finansiella anläggningstillgångarna tillhör nivå 2 i värderingshierarkin.

Not 5. Incitamentsprogram

LTIP 2024 godkändes på årsstämman den 23 maj 2024 och avser personaloptionsprogram och aktieprogram till ledande befattningshavare, nyckelpersoner och anställda i Truecaller-koncernen. LTIP 2024 består av högst 7 400 000 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 förmånsvärdet för deltagarna.

Mer information om koncernens optionsprogram återfinns i årsredovisningen 2023.

Kostnader för incitamentsprogr m, Mkr	2024 okt1-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Kostnad för intjänade optioner enligt IFRS 2	-18,7	-0,9	-55,9	-35,1
Sociala avgifter	-11,8	-1,0	-17,8	-4,8
Kostnader för incitammentsprogr am	-30,5	-2,0	-73,8	-39,9

Not 6. Egna aktier

I enlighet med beslut på årsstämman den 23 maj 2024 har Truecaller AB under juni 2024 makulerat 28 647 115 B-aktier som återköpts under bolagets återköpsprogram. Truecaller har även köpt tillbaka 3 945 332 B-aktier för 143,4 miljoner kronor inklusive transaktionskostnader. Truecallers totala innehav av egna aktier per 2024-12-31 uppgår till 3 945 332 B-aktier och 6 100 000 C-aktier.

Not 7. Transaktioner med närstående

Inga transaktioner med närstående har gjorts under perioden.

Not 8. Händelser efter rapportperiodens slut

Den 9 januari tillträdde Rishit Jhunjunwala, tidigare chef för Truecallers indiska verksamhet och produktchef, som VD för Truecaller AB. Grundarna Alan Mamedi och Nami Zarringhalam har valt att lämna sina operativa roller för att istället fokusera på sina styrelseroller.

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, 2025-02-17

Nami Zarringhalam
Styrelseordförande

Alan Mamedi
Styrelseledamot

Annika Poutiainen
Styrelseledamot

Helena Svancar
Styrelseledamot

Shailesh Lakhani
Styrelseledamot

Rishit Jhunhunwala
VD

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 sådana 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.
EBITDA	Rörelseresultat före räntor, skatter, avskrivningar och nedskrivningar.	EBITDA är ett mått som Truecaller använder för att visa hur den löpande verksamheten utvecklas över tid.
EBITDA-marginal	EBITDA i procent av nettoomsättning.	EBITDA-marginal används för att visa den löpande verksamhetens lönsamhetsgrad.
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.
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	2024 okt-dec	2023 okt-dec	2024 jan-dec	2023 jan-dec
Bruttoresultat och bruttomarginal				
Nettoomsättning	522,8	424,7	1 863,2	1 728,9
Minus förmedlingskostnader	-119,7	-101,7	-441,7	-421,2
Bruttoresultat	403,0	323,0	1 421,5	1 307,7
Dividerat med Nettoomsättning	522,8	424,7	1 863,2	1 728,9
Bruttomarginal	77,1%	76,1%	76,3%	75,6%
EBITDA och EBITDA-marginal				
Rörelseresultat (EBIT)	187,9	156,3	632,1	657,7
Exklusive av- och nedskrivningar	13,2	12,1	52,1	45,2
EBITDA	201,1	168,5	684,2	702,9
Dividerat med Nettoomsättning	522,8	424,7	1 863,2	1 728,9
EBITDA-marginal	38,5%	36,6%	36,7%	40,7%
Rörelseresultat (EBIT) och rörelsemarginal				
Rörelseresultat (EBIT)	187,9	156,3	632,1	657,7
Dividerat med Nettoomsättning	522,8	424,7	1 863,2	1 728,9
Rörelsemarginal	35,9%	36,8%	33,9%	38,0%
Soliditet				
Summa Eget kapital	1 506,4	1 743,7	1 506,4	1 743,7
Dividerat med Summa tillgångar	1 955,5	2 160,3	1 955,5	2 160,3
Soliditet	77,0%	80,7%	77,0%	80,7%