

## DONATION AGREEMENT

Parties to this agreement:

**Diabetesforeningen**  
Stationsparken 24, st tv  
2600  
Glostrup  
CVR 35231528

**(“Recipient”)**

**Novo Nordisk Denmark A/S**  
Att.: Nis A. Windeløv  
Kay Fiskers Plads 10, 7 floor  
2300 København S  
CVR No. 38180045

**(“Novo Nordisk”)**

### 1. Summary

**1.1 Recipient’s request for support.** The appendix titled “Recipient’s request for support” details the specifics of the Recipient’s activity(ies) (“the Activity”) supported by the donation and purpose of the Activity. Novo Nordisk has decided to support the recipient’s request as part of its commitment to sustainable business practices.



<b>Title of Activity</b>	Support for two activities, as described in appendix A, within Type 2 diabetes: 1) Expand tracking activity that was initially started in 2022 (opsporingsindsats) 2 Information campaign on the seriousness of type two diabetes ( informationskampagne)
<b>Purpose of the Activity</b>	The recipient shall use the donation only for the non-commercial purpose of the two activities (opsporingsindsats & informationskampagne) as described in appendix A:  <i>The recipient's purpose must not involve promotion of any pharmaceutical product.</i>
<b>The Donation</b>	Novo Nordisk will donate 500.000 DKK, including added tax if applicable, to support the Recipient’s request.  Novo Nordisk will not make any non-financial transfers of value
<b>Agreement Duration</b>	This agreement starts on 10.06.2024 and expires after all obligations are fulfilled, unless terminated earlier.

### 2. Recipient’s Duties

**2.1 Compliance with law and ethics.** The Recipient shall comply with all applicable laws, rules, regulations, and professional standards, including those related to ethical business practices, bribery and corruption, among others. The Recipient will hold Novo Nordisk harmless against any claim or suit that arises in relation to any deviation from the above mentioned that is not due to any act or omission by Novo Nordisk.

**2.2 Carry out the Activity with proper conduct.** The Recipient shall carry out the Activity independently and in compliance with Novo Nordisk standards and industry codes, in Denmark called ENLI (Etisk nævn for lægemiddelindustrien).

**2.3 Inform Novo Nordisk of changes.** The Recipient shall inform Novo Nordisk of any changes affecting the request for support. If Novo Nordisk determines the change affects its compliance requirements, Novo Nordisk may demand full or partial return of donation, at the discretion of Novo Nordisk. In the case of return, the Recipient shall comply within 14 days.

**2.4 Internal approvals.** The Recipient shall obtain all necessary approvals related to the receipt of the donation.

**2.5 Disclose Novo Nordisk as donation provider.** The Recipient shall mention Novo Nordisk as the provider of the donation in any public communications or advertising related to the Activity.

**2.6 Do not use Novo Nordisk branding without approval.** The Recipient may not use Novo Nordisk's logo, trademarks or other corporate identity marks or materials without written approval of the use from Novo Nordisk.

**2.7 Allow Novo Nordisk to use Recipient's logo.** The Recipient permits Novo Nordisk to use the Recipient's logo, trademarks or other corporate identity marks in any public communications or advertising related to Novo Nordisk's donation.

### 3. Requirements for Financial Donations

**3.1 Provide documentation within 1 month.** The Recipient shall provide Novo Nordisk with documentation that the donation was used for its intended purpose, within 1 month of completion of the Activity. Novo Nordisk may request additional detailed documentation as needed.

**3.2 Refund unspent amounts.** The Recipient shall refund to Novo Nordisk any amounts not spent for the requested purposes, within 14 days after complete documentation of the Activity is provided.

**3.3 Payment after receipt of invoice.** Novo Nordisk will send payment after receipt of invoice to the Recipient's bank account via electronic transfer within 30 days of receiving a complete invoice. Send completed PDF invoice to: [AP-Novo-Repas@novonordisk.com](mailto:AP-Novo-Repas@novonordisk.com). Include the below information on the invoice:

- Recipient name and address
- Bank account for electronic payment: Account holder name, account number (IBAN), bank name and address, routing number or code (SWIFT/BIC in EU, ABA/ACH in USA)
- Date of invoice
- The Title of Activity and dates of activities covered by the invoice
- Donation amount payable
- VAT or other tax amount payable (include separately from payment amount)
- Name of Novo Nordisk entity and address as stated in the introduction of this Agreement
- Novo Nordisk recipient of invoice as included below:

Name of Novo Nordisk invoice recipient      Nina Donde (ndo)

### 4. Other Terms and Conditions

**4.1 Require Public disclosures.** To comply with applicable transparency requirements, Novo Nordisk will collect and may disclose personal information, transfers of value and details of its payment to Healthcare Professionals ("HCPs") and Healthcare Organizations ("HCOs"). In addition to the payment amount, disclosure may also include: Name, address, contact details, nature of relationship with Novo Nordisk, tax number or unique identifier.

Recipient will publish information of the donation on the Recipient's webpage. The information will include the donations amount and, if applicable, any in kind transfer, cf. the Danish Pharmaceutical Promotional Act (Reklamebekendtgørelsen) § 21. The information must be available on the Recipient's webpage no later than one (1) month after the Recipient received the donations. The information must be publicly available for at least two (2) years.

**4.2 No incentive to prescribe or recommend.** The donations made by Novo Nordisk indicate no incentive or obligation for the Recipient to prescribe, recommend or otherwise support Novo Nordisk's products or services.

**4.3 No conflict of interest.** Recipient states it is not aware of any conflict of interest related to its acceptance of the donation and shall promptly inform Novo Nordisk if such conflict of interest is discovered.

**4.4 Compliance hotline.** The Recipient can report suspected misconduct through the Novo Nordisk compliance hotline. Information about using the hotline and examples of what to report can be found at [Report suspected misconduct \(novonordisk.com\)](https://novonordisk.com).

**4.5 Termination for breach.** Either party may terminate this contract immediately upon material breach by the other party.

**4.6 Governing Law and Dispute Resolution.** The laws of Denmark govern this agreement, disregarding choice of law rules. If a dispute cannot be settled by negotiation between parties, it will be settled by the ordinary courts in that country.

5. Attachments

The following attachments are part of this agreement

Attachment A: Recipient's request for support (application form, letter or email), with detailed program plan, timeline and budget

Attachment B: Donations to Health Care Organizations and Patient Organizations: required public disclosures and handling of employee data.

6. Agreed to and Accepted by:

Date: Juni 11, 2024

On behalf of Recipient:

DocuSigned by:

*Eva Tingkær*

310CDFAFA3DD483...

Name: Eva Tingkær

Title: Deputy Director

Date: June 10, 2024

On behalf of Novo Nordisk:

DocuSigned by:

*Nis Agerlin Windeløv*

6F1AF57A4F554BD...

Name: Nis A. Windeløv

Title: CMR VP, Novo Nordisk Denmark

## Attachment A: Recipient's Request for Support

### 1. Copy of the Recipient's donation request

#### Ansøgning om støtte til opsporingsindsats og alvorskampagne

Diabetes er en sygdom i hastig vækst, og er en af de hurtigst voksende kroniske sygdomme i Danmark. I dag er 332.000 danskere diagnosticerede med type 2-diabetes (T2D), hvilket er en tredobling over de seneste 20 år. Derudover anslås det, at 100.000 har T2D uden at vide det. Udiagnosticeret T2D øger markant risikoen for udvikling af alvorlige følgesygdomme som hjertekar-, nyre-, øjen- og nervesygdomme.

Det skønnes, at 480.000 danskere har forstadier til T2D (prædiabetes), hvoraf 30-40% udvikler T2D indenfor 3,5 år – ligeledes er der øget forekomst af hjertekar-lidelser for mennesker med prædiabetes. T2D udløses i mange tilfælde af arvelighed – men også af overvægt, fysisk inaktivitet og usunde kostvaner. Det er muligt at forebygge T2D, ligesom man kan forebygge de alvorlige følgesygdomme, ved tidlig opsporing og ved at omlægge livsstil.

Diabetesforeningen ønsker at forebygge diabetes og sygdomme, der er forårsaget af diabetes, gennem oplysning og tidlig opsporing af T2D samt ligeledes at sætte fokus på alvoren af T2D – og ikke mindst følgesygdommene.

Til det formål vil Diabetesforeningen søsætte to aktiviteter:

1. Udvidelse af den opsporingsindsats, som Diabetesforeningen igangsatte i 2022
2. En kampagne, der sætter fokus på alvoren af T2D.

#### Formål og målgruppe

Indsatsen har fire hovedformål:

- at udbrede **oplysning** om alvoren af T2D og følgesygdomme i den brede befolkning
- at opspore borgere med **uopdaget T2D** og motivere dem til at søge læge, så de kan komme i behandling, ændre livsstil og forebygge udvikling af alvorlige følgesygdomme. Herunder at sikre at særligt mænd med uopdaget T2D opdages tidligere samt opnå større geografisk lighed i sundhed via opsporing i områder med høj prævalens
- at opspore danskere med **prædiabetes** og motivere dem til at søge læge, samt øge forståelsen for følgesygdomme herunder sammenhængen mellem prædiabetes, overvægt og hjertekarsygdomsrisiko eksempelvis ved at tilbyde LDL-måling
- at tilbyde et **læringsværktøj** til de mennesker, der allerede ved at de har T2D og som ikke bruger insulin, i form af en **sensorbaseret blodsuktermåler**, så de har bedre forudsætning for handling for at undgå følgesygdomme.

**Målgruppe** for projektet er personer med udiagnosticeret T2D (100.000 personer), personer med prædiabetes (480.000 personer) samt danskere over 45 år med usunde kostvaner, som ikke dyrker regelmæssigt motion (15-20% af befolkningen)<sup>i</sup> – i alt ca. **1,2 million danskere**. Heraf udgør mænd 54 procent.

For at øge effekten af indsatsen, vil den være målrettet grupper i befolkningen med høj forekomst af T2D. Oplysnings- og opsporingsindsatsen fokuserer på to primære målgrupper:

1. En ny analyse af sundhedsdata fra Diabetesforeningen hos mennesker med T2D viser, at der er stor geografisk ulighed på tværs af landet, når det gælder langtidsblodsukkeret og dermed risikoen for følgesygdomme som hjertekar-, nyre- og øjensygdomme. I eksempelvis Frederikshavns Kommune har 9,8% af borgere med T2D et langtidsblodsukker over 70 mmol/mol, mens det kun gælder for 3,7% i Lemvig<sup>ii</sup>. Ligeledes er prævalensen af T2D 10,4 % i Lolland Kommune, mens den er 4,3 % i Gentofte Kommune<sup>iii</sup>
2. Vi ønsker at sikre at særligt mænd med uopdaget T2D opspores tidligere. Målgruppen er overrepræsenteret blandt mennesker med T2D, men underrepræsenteret blandt dem, der opsøger lægen af egen kraft. Mænd har 25 % større forekomst af T2D, men 75 % større dødelighed end kvinder.<sup>iv</sup>

Donations Agreement, DK, 2022-DEC

Local Adaptation of HQ Donation Agreement v2

July 2021

Den sekundære målgruppe er den brede danske befolkning, der bliver eksponeret for budskabet og får øget deres viden om T2D. De er med til at sprede oplysningerne yderligere.

### **Projektindhold og aktiviteter**

I 2022 lancerede Diabetesforeningen en opsporingskampagne og on-site opsporing via en udkørende sundhedsbus. Resultaterne er, at 440.000 danskere siden har testet deres risiko for T2D og projektet har opsporet 20.000+ danskere med prædiabetes og uopdaget T2D.

Kampagnen har udover selve opsporingen bidraget til at sætte fokus på T2D som sygdom og samfundsmæssigt problem, der kræver politisk handling og prioritering. Kampagnen har været eksponeret for 2 mio. danskere og Sundhedsbussen har deltaget i 34 events.

Siden lancering er det desuden lykkedes løbende at nedbringe omkostningen pr. opsporet dansker til ca. 450 kr. Der er stadig op mod 100.000 danskere med uopdaget diabetes og 480.000 skønnes at have prædiabetes. Diabetesforeningen ønsker derfor at fortsætte og videreudvikle opsporingsindsatsen.

### **Aktivitet: Opsporing af prædiabetes, T2D og fokus på følgesygdomme**

Diabetesforeningen ønsker at forebygge T2D og sygdomme, der er forårsaget af diabetes, gennem oplysning og tidlig opsporing ved hjælp af tre sammenhængende metoder:

#### **1. Fjerne barrierer ved risikovurdering og diagnostik:**

Via effektive og lettilgængelige (digitale og fysiske) testmetoder vil vi fremskynde opsporingen af mennesker med prædiabetes og T2D, som herefter kommer i behandling og/eller iværksætter livsstilsændringer, der kan forhindre eller bremse videre udvikling af T2D.

Et centralt element i projektet er to nyere diagnostiske metoder til at tage test af langtidsblodsukker med samme sikkerhed som i lægepraksis. I hjemmetestkittet benytter vi kapillærblodprøver, som sendes ind til Steno Diabetes Center Copenhagens laboratorium, og i Sundhedsbussen benytter vi point-of-care-test, hvilket også benyttes i lægepraksis til at give straks-svar. Denne mobile og fleksible tilgang gør det bl.a. nemmere for risikopersoners netværk at give støtte til at få testen hurtigt udført.

Resultaterne fra 2022-2023 viste, at de to testmetoder, on-site måling af HbA1c og hjemmetestkits, komplimenterer hinanden. Ved bussen fandt vi især mænd over 65 år, mens hjemmetesten var bedst til at finde mænd i alderen 45-64. En gruppe, som vi ved, ikke går så meget til lægen. Blandt kvinderne var der ikke aldersforskel mellem dem vi identificerede i de to set-ups.

Desuden viste resultaterne, at ca. 2/3 af de opsporede er mænd, mens der via sundhedssystemet kun findes 54 % mænd med T2D. Vi vil gerne bruge erfaringerne fra pilotprojektet til at målrette indsatsen yderligere mod mænd.

#### **2. Opmærksomhed på følgesygdomme – også ved prædiabetes: LDL-måling**

Vi ønsker desuden at udvide on-site opsporing med et tilbud, som har fokus på større forståelse for følgesygdomme. Vi finder tre gange flere mennesker med prædiabetes end med T2D, og deres risiko for at udvikle hjertekarsygdomme er faktisk større end hos mennesker med T2D med en HbA1c lige over diagnosekriteriet<sup>vi</sup>. Vi oplever ikke, at denne tilstand tages alvorligt blandt læger, og derfor ser vi et behov for at supplere målingen af HbA1c med en måling af lipider, der kan sætte spot på kolesterol og dermed også understøtte oplysning om, at prædiabetes og T2D sjældent kommer alene, men medfører en række følgesygdomme. Udover måling af HbA1c med Afinion testkassette, planlægger vi derfor også at måle total kolesterol, HDL (High-Density Lipoprotein)-kolesterol, LDL (Low-Density Lipoprotein)-kolesterol, triglycerider (Trig), non-HDL og Chol/HDL-forhold vha. en testkassette.

#### **3. Opmærksomhed på følgesygdomme af T2D: Tilbud om sensorbaseret blodsuktermåling**

Via tilbud om midlertidige sensorer til personer med T2D vil vi udforske effekten af dette hjælpemiddel i relation til sekundær forebyggelse af følgesygdomme, og undersøge om udbredelse af diabetesteknologi som læringsredskab fører til bedre blodsukkerregulering, og dermed færre følgesygdomme for mennesker med T2D.

### **Aktivitet: Landsdækkende alvorskampagne**

Der har det sidste årti ikke været en synliggørelse af alvoren af T2D. T2D anses som selvforskyldt af 37% af befolkningen og det bliver ofte set som en sygdom, man "bare" kan spise sig ud af, mener 59 % af danskerne<sup>vi</sup>. Den mytegørelse betyder, at alvoren af sygdommen negligeres, også blandt behandlere.

### **Følgesygdomme**

T2D er en alvorlig sygdom ikke mindst pga. de følgesygdomme, som sygdommen er årsag til. 72 % med T2D har en følgesygdom. Ligeledes har 35 % med T2D allerede en følgesygdom ved diagnostetidspunktet. Selvom det er lykkedes at øge kendskabet til følgesygdomme i den brede befolkning, er der stadig potentiale for at rykke kendskabet yderligere.

Donations Agreement, DK, 2022-DEC

Local Adaptation of HQ Donation Agreement v2

July 2021

33 % ved, at nyresygdomme er en følgesygdom til T1D og T2D. Mens 46 % af danskerne ved, at hjertekarsygdomme er en følgesygdom til T1D og T2D (kilde Kantar Gallup for Diabetesforeningen 2023, undersøgelse blandt 1605 danskere, repræsentativt udsnit af befolkningen), men i og med 40 % med T2D har en hjertekarsygdom, kan det kendskab med fordel øges – også ud fra en samfundsøkonomisk betragtning.

Derfor ser Diabetesforeningen et behov for en opsporingsindsats ledsaget af en oplysningskampagne, der bredt i befolkningen kan synliggøre de alvorlige konsekvenser af T2D. Som led i indsatsen søsættes derfor en digital kampagne, der oplyser om alvoren ved T2D med det formål, at få endnu flere til at tage risikotesten, opsøge vores opsporingsindsats og gå til lægen for at blive testet – særligt mænd og borgere i de områder, hvor sygdommen rammer med geografisk ulighed.

## Tidsplan

Projektperiode løber fra april 2024 – februar 2025 (11 måneder) og er opdelt i tre faser.

### Fase 1: Sundhedsbus på tur og forberedelse af alvorskampagne

#### April-juli

##### Forberedelse og udkørsel af Sundhedsbus

Ruten for Diabetesforeningens on-site opsporingsbus planlægges, hvorefter den rejser rundt til 15-20 danske byer – især med fokus på de geografiske områder, som har høj forekomst af T2D samt prædiabetes. Ligeledes vil der fokuseres på at bussen vil være til stede ved arrangementer som har mænd som særlig målgruppe.

Bussen deltager også 3 dage på Folkemødet på Bornholm, hvor den udover opsporing af mennesker med T2D også fungerer som centrum for vores aktiviteter på folkemødet.

##### Kampagneudvikling

I fase 1 udarbejdes koncept- og marketingplan, som udvælger det rette mediemiks, der sikrer bredt gennemslag i befolkningen i forhold til at synliggøre og skabe øget forståelse for T2D som en alvorlig sygdom. Herunder også specifikt sikre at de specifikke målgrupper (mænd i særlig geografiske områder med høj prævalens) i løbet af kampagneperioden opnår den nødvendige eksponering og frekvens af budskabet om at tage risikotesten og hvor bussen kan mødes.

Kampagnemateriale omfatter bl.a. følgende:

- Tv-spot, web og sociale medier
- Plakat og bannerannoncering (outdoor) landsdækkende
- Printannoncering i landsdækkende medier
- Lokal og regional PR og annoncering for sundhedsbussens besøg
- Radiospot på landsdækkende kommerciel station
- Informationspjece og plakater til apoteker, sundhedscentre, partnere mv.
- Annoncer til digitale medier.

Kampagnemateriale vil blive prætestet overfor målgruppen for at sikre optimal effekt ved lancering. Hermed er der mulighed for at justere kampagneelementer eller budskaber for at opnå den maksimale effekt.

Kampagnesite udvikles på **diabetes.dk**, som fungerer som landingpage fra kampagnens forskellige kanaler.

Patientvejledninger<sup>vii</sup> og informationsmateriale produceres til praktiserende læger i hele landet, da de indtager en vigtig rolle i forhold til at stille diagnosen og tage hånd om patientens videre forløb.

### Fase 2: Kampagneeksekvering og synlighed

#### August-december

Her eksekveres kampagnen overfor målgruppen via de udvalgte medier og kanaler. Kampagnen foldes ud på en lang række kanaler og særligt have et peak omkring Verdens Diabetesdag den 14. november med et særligt tryk på indsatsen via annoncering og medfølgende PR-indsatser. Ligeledes vil det være et element i kampagnen at sikre flere store bygninger / bygningsværker lyses op i (diabetesfarven) blå, som det skete med Storebæltsbroen i 2023, for derved at skabe yderligere synlighed.

Der vil sideløbende være en løbende monitorering af kampagnens effekt, og antallet af gennemførte risikotests måles på månedlig basis. Der vil eventuelt ske tilpasning af kampagnen og kanalvalg, hvis monitorering af effekterne viser behov for dette.

Donations Agreement, DK, 2022-DEC

Local Adaptation of HQ Donation Agreement v2

July 2021

Deltagere, der ved udført risikotest, modtager tilbagemelding om høj eller meget høj risiko – enten ved sundhedsbussen eller ved online risikotest, tilbydes at få målt langtidsblodsukker mhp. konkret udredning, enten on-site af sygeplejerske (sundhedsbus) eller via hjemmetestkit (online risikotest). Ligeledes tilbydes de oplysnings- og forebyggelsesfolder samt opskrifts- og motionsbog, som inspirerer til nye sundere vaner.

Informationsmateriale, plakater og vejledninger distribueres til praktiserende læger, apoteker og sundhedscentre.

For de nydiagnosticerede personer med T2D er det essentielt, at de 'gribes' af strukturer, som motiverer til omlægning af livsstil og fastholdelse af nye sunde vaner for at undgå følgesygdomme og øge livskvaliteten. Her indtager Diabetesforeningens eksisterende strukturer og tilbud – i form af rådgivning, kurser, patientvejledninger, online motionskurser og motivationsgrupper, hvor mennesker med diabetes mødes, udveksler erfaringer og fastholdes i nye gode vaner – en vigtig rolle i forhold til at sikre forankring hos den enkelte. Ligesom udredning i almen praksis fører til, at flere personer kommer i det rette forløb i praksis, ambulatorie og kommunale sundhedstilbud.

### **Fase 3: Evaluering efter afsluttet kampagne**

#### **Januar-februar**

I fase 3 evalueres kampagnens resultater i forhold til effekt og ændret opfattelse blandt målgruppen. Effekten vil blive evalueret med udgangspunkt i følgende parametre: (1) antal gennemførte risikotests, (2) antal gennemførte målinger af langtidsblodsukker og LDL-målinger, (3) antal besøg og varighed på kampagnesite, og (4) antal besøgende ved sundhedsbussen med særskilt fokus på at måle på om frekvensen af mænds deltagelse i risikotesten øgedes under kampagneindsatsen.

Danskernes forståelse af T2D som en alvorlig sygdom samt kendskab til T2D, risikofaktorer og symptomer på diabetes vil blive målt ud gennem et eksternt analysebureau, for at belyse i hvilken grad danskernes kendskab er blevet øget.

### **Organisering**

Projektejer: indsatsen forankres hos chef for afdelingen Forretning & Strategi, Sebastian Erbo Hoffmann. Projektleder er ansvarlig for udvikling, prætest, tilpasning og evaluering af projektet i tæt samarbejde med relevante ansatte i Diabetesforeningen.

Aktivitetskoordinator (Lars Bonde Jensen): varetager projektets daglige drift, koordinerer busrute og aftaler med de lokale lokationer, tager på turné med sundhedsbussen og hjælper med de praktiske aspekter, opsætning mv. Koordinatoren er kontaktperson for alle in- som eksterne parter, bl.a. fagpersonskorpset og frivillige.

Kampagneansvarlig: Teamleder for team marketing NN (er under ansættelse med start 1. maj 2024) er ansvarlig for det kreative indhold til kampagnen i samarbejde med eksternt bureau samt koordinerer kampagnen internt i tæt samarbejde med Anna Thyra Westenbæk, teamleder for digitale medier i Public Affairs.

Faglig ansvarlig: Afdelingschef for Forskning & Viden, Tanja Thybo, ph.d., er ansvarlig for kvalitetssikring af fagligt indhold og metode, valg af testudstyr samt koordinering med Steno Diabetes Center Copenhagen ift. analyse.

Styregruppe: omfatter projektejer, fagligt ansvarlige og lederrepræsentant fra Diabetesforeningens Public Affairs afdeling, Eva Tingkær. Styregruppen træffer væsentlige beslutninger samt koordinerer i og på tværs af organisationen, og sikrer forankring af ny viden og metoder i foreningsregi og fremtidige indsatser.

Projektgruppe: Intern arbejdsgruppe bestående af medarbejdere fra henholdsvis Public Affairs, Forskning & Analyse, Medlemmer og Forretning & Strategi, som har erfaring fra gennemførelse af tidligere opsporings- og forebyggelsesindsatser, og som hver har en rolle ift. markedsføring, formidling, materialer, rekruttering og forberedelse af korps til sundhedsbus, koordinering med lokalforeninger og frivillige mv.

### **Om Diabetesforeningen**

Diabetesforeningen er en landsdækkende patientforening med 90.000 medlemmer, en række faglige udvalg og 73 lokalforeninger med 700 aktive frivillige.

Diabetesforeningen arbejder for at forbedre livsvilkårene for mennesker med diabetes og sætte diabetes på den sundhedspolitiske dagsorden. Vi arbejder med tre indsatsområder:

- at forebygge diabetes
- at leve et godt liv med diabetes
- at helbrede/forske i diabetes.

Diabetesforeningen har i ti år gennemført opsporings- og forebyggelseskampagner og derigennem opbygget erfaringer og relationer til en række samarbejdspartnere som apoteker, sundhedscentre, faglige organisationer, medier, reklame-

### **Donations Agreement, DK, 2022-DEC**

Local Adaptation of HQ Donation Agreement v2

July 2021

og analysebureauer. Den viden og de positive resultater vil blive lagt til grund for den ønskede skalering af forebyggelses- og opsporingsindsatsen. 446.253 personer har gennemført risikotesten på **diabetes.dk** i løbet af de seneste fem år.

### **Budget og finansieringsplan**

Projektet har en samlet omkostning på ~3.930.000 kr.  
Diabetesforeningen anmoder Novo Nordisk om støtte på 500.000 kr.  
Se vedlagt bilag med udspecificeret budget.

### 2. Activity budget



			diabetes foreningen 
<b>Ansøgning om støtte til opsporingsindsats og alvorskampagne</b>			
<b>Aktivitet</b>		<b>Omkostning</b>	<b>Doneret/lånt udstyr</b>
<b>Lønomsætninger fordelt på projektdeltagere</b>			
Projektledeelse		400.000	
Styregruppedeltagelse, projektejer		60.424	
Styregruppedeltagelse og faglige ansvar		60.424	
Styregruppedeltagelse		30.212	
Projektdeltagelse, marketing		64.117	
Projektdeltagelse, marketing		9.880	
Projektdeltagelse, kommunikation		9.880	
Projektdeltagelse, kommunikation (web)		8.996	
Projektdeltagelse, forskning & analyse		64.117	
Projektdeltagelse, rådgivning		66.027	
Projektdeltagelse, rådgivning		66.027	
Pakning og forsendelse, logistik		13.209	
Studentermedhjælper, 2sense ved bussen		24.000	
<b>Samlede lønomkostninger</b>		<b>853.313</b>	
<i>Lønomsætninger forventes at fordele sig med hhv. 20% i fase 1, 60% i fase 2, 10% i fase 3 og 10% i fase 4</i>			
<b>Fase 1</b>			
Målgruppeindsigter, fokusgruppe og kvantitativ dataindsamling		130.000	
Konceptudvikling (kampagne og målrettet indhold), reklamebureau		450.000	
Udvikling af marketingplan, mediebyrå		80.000	
Prætest af kampagne		75.000	
Udvikling af kampagnesite på diabetes.dk		80.000	
Produktion af informationspjecer og materiale		35.000	
Andel af samlede lønomkostninger (20%)		170.663	
<b>Fase 2</b>			
Kampagneindrykning og annoncering i udvalgte medier			
Displayannoncering og sociale medier		1.000.000	
Sundhedsbussens besøg ved udvalgte destinationer			
Overnatning og diæter		68.000	
Personale Sundhedsbus - Diætist (ekstern)		96.000	
Personale Sundhedsbus - Sygeplejerske (ekstern)		128.000	
Testudstyr til måling af langtidsblodsukker			
Indkøb af hjemmetestkit, 6.500 stk. (inkl. forsendelse, analyse, svar på sundhed.dk)		570.000	
Løn til læge, telefonisk svar til opsporede med type 2-diabetes		100.000	
Lån af 4 stk. on-site testmaskine (Point of Care) til sundhedsbussen		0	60.000
HbA1c Blodprøve-kassetter til on-site testmaskine, 2.500 stk. á 65 kr.		0	162.500
LDL Blodprøve-kassetter til on-site testmaskine, 250 stk. á 65 kr.		0	16.250
Andel af samlede lønomkostninger (60%)		511.988	
<b>Fase 3</b>			
Effektmåling ift. antal gennemførte tests, visiteret til udredning og besøg på kampagnesite		50.000	
Måling af kendskab til risikofaktorer samt opfattelse af alvor og symptomer på diabetes		80.000	
Evaluerings og afrapportering		3.000	
Andel af samlede lønomkostninger (10%)		85.331	
<b>Øvrige projektagifter</b>			
Revision		20.000	
Mødeforplejning og transportomkostninger		10.000	
<b>Samlede udgifter</b>			
5% overhead		187.149	
<b>Samlet projektbudget</b>		<b>3.930.130</b>	<b>238.750</b>
<b>Finansieringsplan:</b>			
Diabetesforeningen vil supplerende til denne ansøgning ligeledes ansøge om støtte og lån af udstyr hos andre medicinal- og medicovirksomheder. Desuden ansøges der om støtte fra større og mindre fonde, bl.a. Helsefonden, Ingrid og Johan Hansens Mindefond, Nils Kevin Jacobsens Familiefond samt lokalt-støttende fonde i de ønskede geografiske områder. Østifterne har bevilget 400.000 kr. til projektet.			

- 
- <sup>i</sup> Sundhedsstyrelsen, Danskernes Sundhed – Den Nationale Sundhedsprofil 2017 (2017)
- <sup>ii</sup> [Postnummer afgør risiko for mere sygdom og død \(diabetes.dk\)](#)
- <sup>iii</sup> Diabetestal.nu
- <sup>iv</sup> [SUNDHEDSVÆSNETS GUIDE TIL MANDEN – OG MANDENS GUIDE TIL SUNDHEDSVÆSNET | Helsefonden](#)
- <sup>v</sup> Diabetes Care. 2021 Dec;44(12):2767-2774.doi: 10.2337/dc21-1062. Epub 2021 Oct 21.)
- <sup>vi</sup> Gallupundersøgelse, Viden om Diabetes, 2022
- <sup>vii</sup> Diabetesforeningens patientvejledning er udviklet i samarbejde med Dansk Selskab for Almen Medicin og Dansk Endokrinologisk Selskab og er en vejledning, som giver nydiagnosticerede indsigt i sygdommen og værktøjer til at ændre mad- og motionsvaner.

## Attachment B

### Donations to HCOs and Patient Organisations: required public disclosures and handling of employee data

Novo Nordisk, as a member of EFPIA (the European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations), is required to make public the details of payments or in-kind transfers made to Recipient.

Novo Nordisk will publish information relating to this Donation on Novo Nordisk's website (<https://www.novonordisk.dk/about/etiske-regler.html>).

According to local regulations Novo Nordisk may in addition make this Donation Agreement publicly available.

The Recipient shall provide to Novo Nordisk upon request all information reasonably required for Novo Nordisk's compliance with legal and/or regulatory requirements for contracting, tracking and disclosing transfer of values (ToVs) to the Recipient.

Recipient will publish information on the Donation on the Recipient's webpage. The information will include the Donation amount and, if applicable, any in kind transfer, cf. the Danish Pharmaceutical Promotional Act (Reklamebekendtgørelsen) § 21. Publication must be made ensuring that support received from pharmaceutical companies is clearly separated. The information must be

**Donations Agreement, DK, 2022-DEC**

Local Adaptation of HQ Donation Agreement v2

July 2021

---

available on the Recipient's webpage no later than one (1) month after the Recipient received the Donation. The information must be publicly available for at least two (2) years.

Novo Nordisk hereby informs the Recipient that information about the Recipient is collected, used, stored, transferred and disclosed (collectively "Processed") by or on behalf of Novo Nordisk. Novo Nordisk processes information such as name, business address, contact details, nature of relationship with Novo Nordisk, tax number, unique identifier, and any ToVs from Novo Nordisk to the Recipient.

Whenever the Recipient shares with Novo Nordisk information about its employees, the Recipient shall inform the employees that their information is being shared and provide them with all information required under Article 13 and 14 of the General Data Protection Regulation, if applicable, and under other applicable data privacy laws. The Recipient shall indemnify Novo Nordisk and any affiliate of Novo Nordisk against all claims, expenses, losses and damages or liabilities arising from the Recipient's breach of its obligations to provide this information to its employees.