

# PLAN DE RECONNAISSANCE

L'Ambassade a décidé de privilégier l'offre de contre parties sur mesure en fonction des motivations et objectifs de chaque personne ou organisation donatrices. **L'information suivante vise à inspirer votre négociation de contreparties.**

## TROIS TYPES DE MOTIVATIONS, SELON L'ORDRE À PRIVILÉGIER

### MOTIVATION PHILANTHROPIQUE

Pour les personnes et les organisations altruistes, dont la motivation est de redonner à la communauté.

### MOTIVATION LIÉE À L'IMPACT OU POUR DES CONSIDÉRATIONS PRATICO-PRATIQUES

Pour les personnes ou les organisations qui veulent voir un changement spécifique se produire (projet, enjeu, population) ou dont la marque peut bénéficier d'une association aux principes de développement durable (par exemple pour des considérations d'attraction et de rétention de la main-d'œuvre).

### MOTIVATION MARKETING

Pour les entreprises qui souhaitent accroître la notoriété de leur marque et répondre à des objectifs marketing associés à leurs contributions sociétales.

## Tableau des contreparties potentielles selon la nature du don

Valeur du don →		500 k\$ + 50 k\$/an	100 k\$ à 500 k\$	50 k\$ à 99 k\$	25 k\$ à 49 k\$	10 k\$ à 24 k\$	5 k\$ à 9 k\$
Contrepartie ↓	Qté dispo.						
Nom du pavillon	1	10 ans					
Nom intérieur friperie	1		10 ans				
Mention communiqué	2	Logo	Mention				
Plaque extérieur arbre	5			10 ans			
Nom rapport annuel	-	Logo	Logo	Mention			
Nom salle conférence	1				5 ans		
Nom salle polyvalente	1				5 ans		
Nom hall d'accueil	1				5 ans		
Mention site web	-	Logo	Logo	Mention	Mention		
Nom salle employé es	1					5 ans	
Nom bureau / salle	7					5 ans	
Nom contremarche	15					5 ans	
Publication Facebook	-						
Nom livre souvenir	-	1-2 p.	½ p.	¼ p.	⅛ p.	Logo	Mention
Nom mur des dons	-	Logo	Logo	Mention	Mention	Mention	Mention

Pas sûr de la contrepartie à offrir ? Communiquez avec Julia à [julia@orokom.com](mailto:julia@orokom.com)