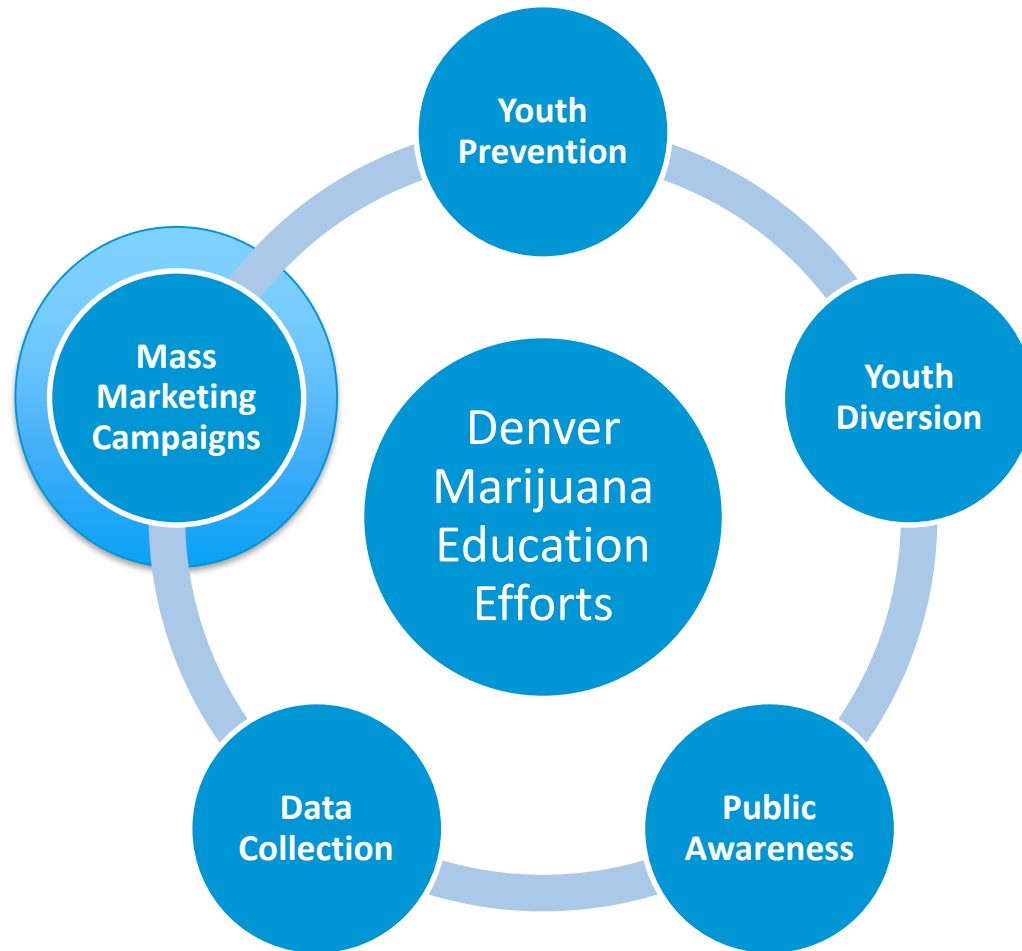




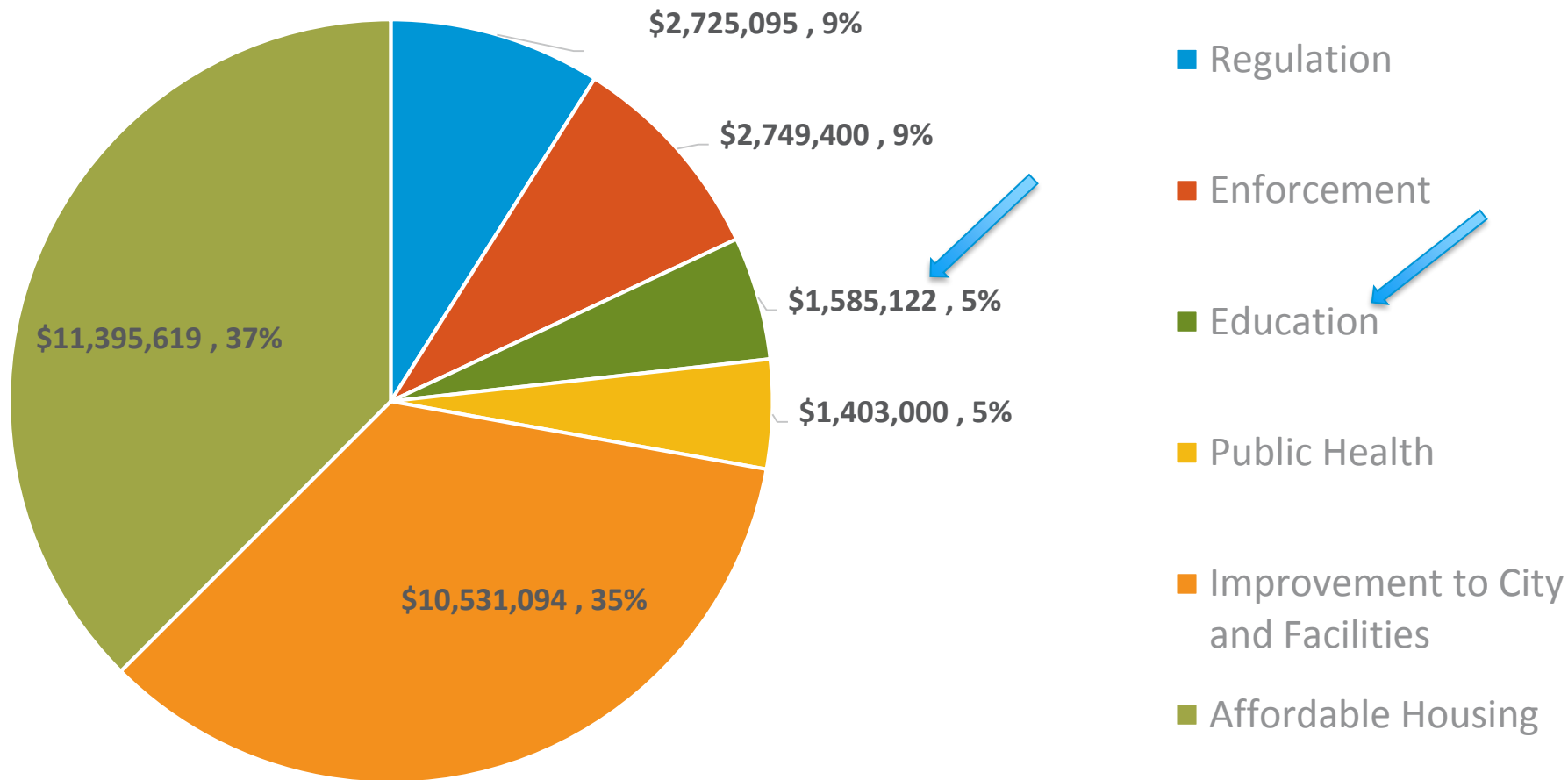
Amélie Company Contract Amendment

November 20, 2019

DENVER'S MARIJUANA EDUCATION AND YOUTH PREVENTION APPROACH

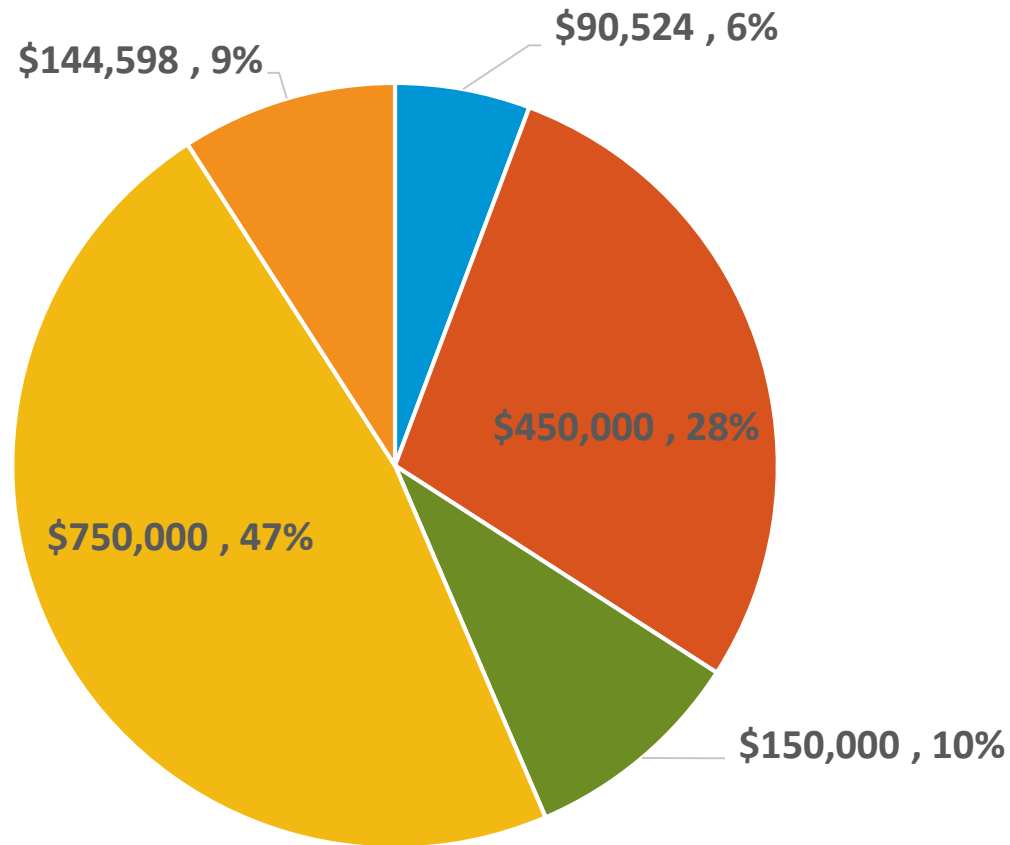


2020 Retail Marijuana Special Sales Tax and State Shareback Allocation (2020 Budget = \$30.3 million*)



*Includes Denver Retail Marijuana Special Sales Tax (including dedicated affordable housing portion) and State "Shareback"

Denver's 2020 Budgeted Marijuana Education and Prevention Funds (2020 Budget = \$1.6 million)



■ OMP-Education ■ "High Costs" Campaign ■ P&R-Education ■ Children's Affairs ■ Denver Health

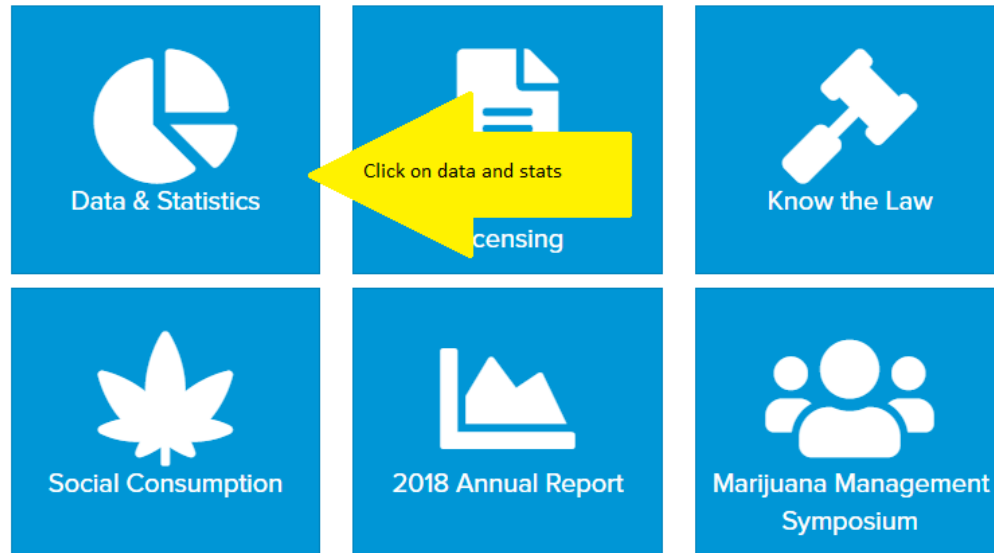
Denver Educational Efforts – Marijuana Revenue

Website: Denver Marijuana Information

- denvergov.org/marijuanainfo

DENVER MARIJUANA INFO

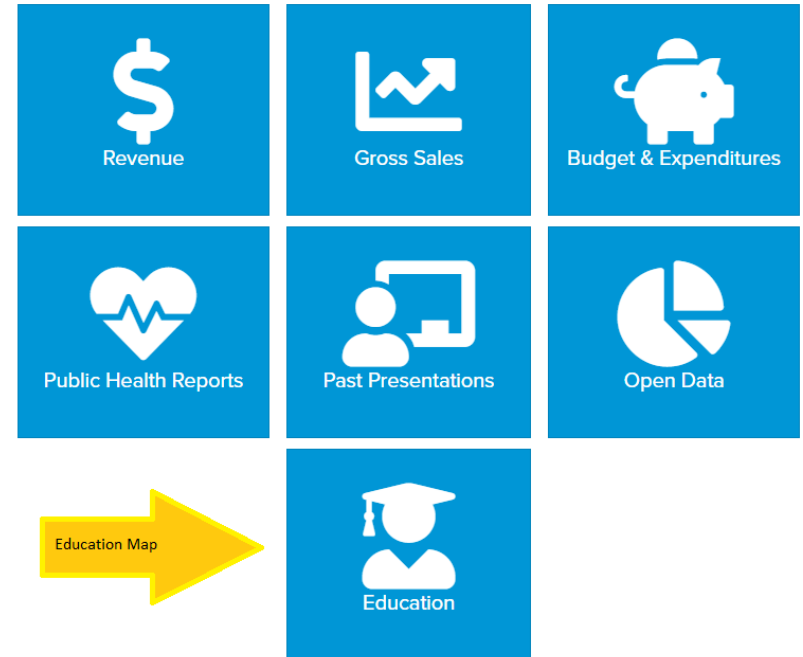
The City and County of Denver takes a collaborative approach to the management of marijuana, which includes multiple city agencies working together to address marijuana regulation, enforcement and education. This Denver Marijuana Information center provides links to information about marijuana business licensing, inspections and permits, news, and other important topics.



A grid of nine blue square icons with white text and symbols. A yellow arrow points from the 'Data & Statistics' icon to the 'Licensing' icon.

- Data & Statistics
- Licensing
- Know the Law
- Social Consumption
- 2018 Annual Report
- Marijuana Management Symposium

MARIJUANA DATA & STATISTICS



A grid of seven blue square icons with white text and symbols. A yellow arrow points from the 'Education Map' icon to the 'Education' icon.

- Revenue
- Gross Sales
- Budget & Expenditures
- Public Health Reports
- Past Presentations
- Open Data
- Education Map
- Education

Link to the map:

<https://geospatialdenver.maps.arcgis.com/apps/MapJournal/index.html?appid=3050915224f640459d753b1298ce0d2a>

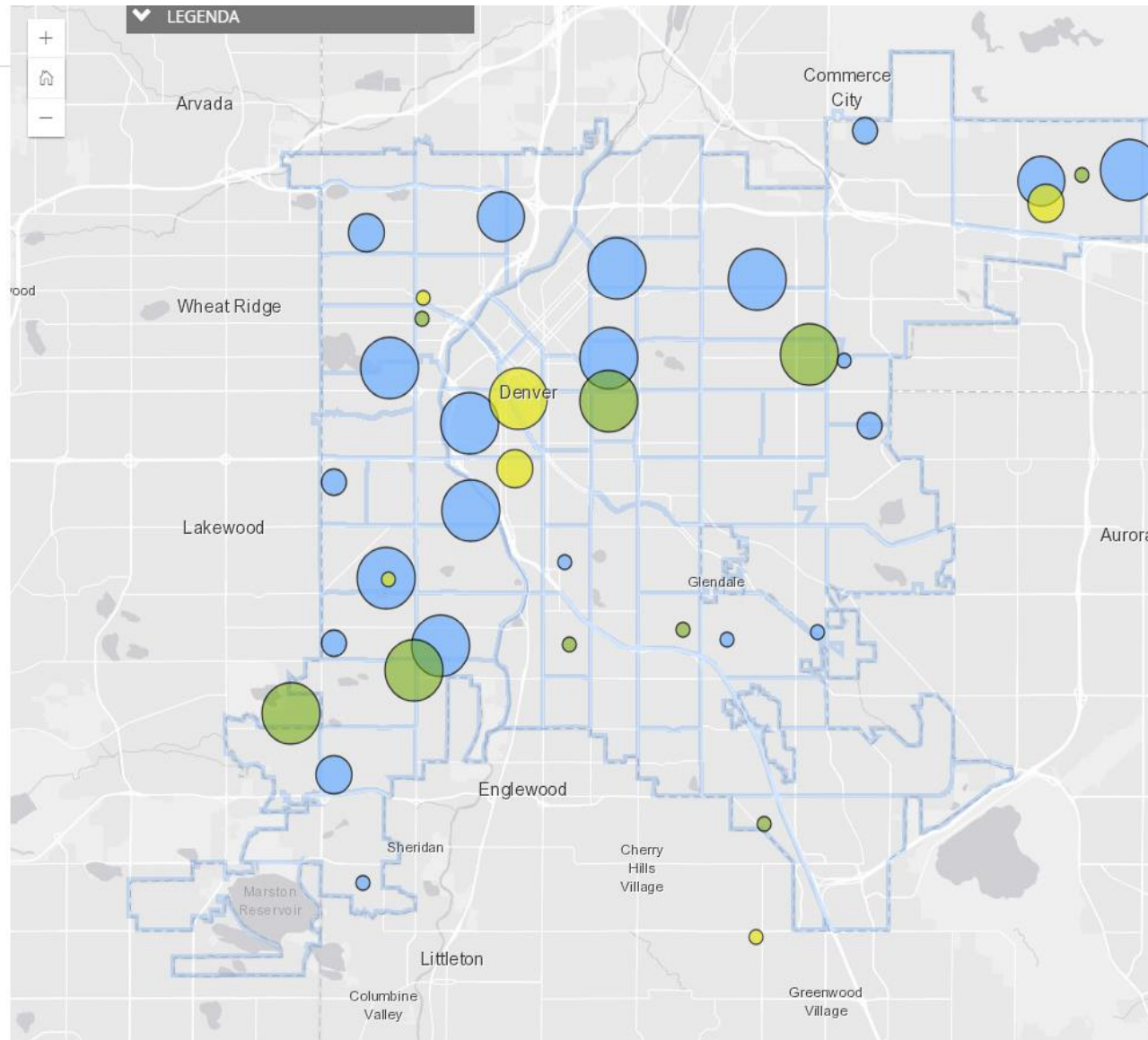
Marijuana Education and Prevention

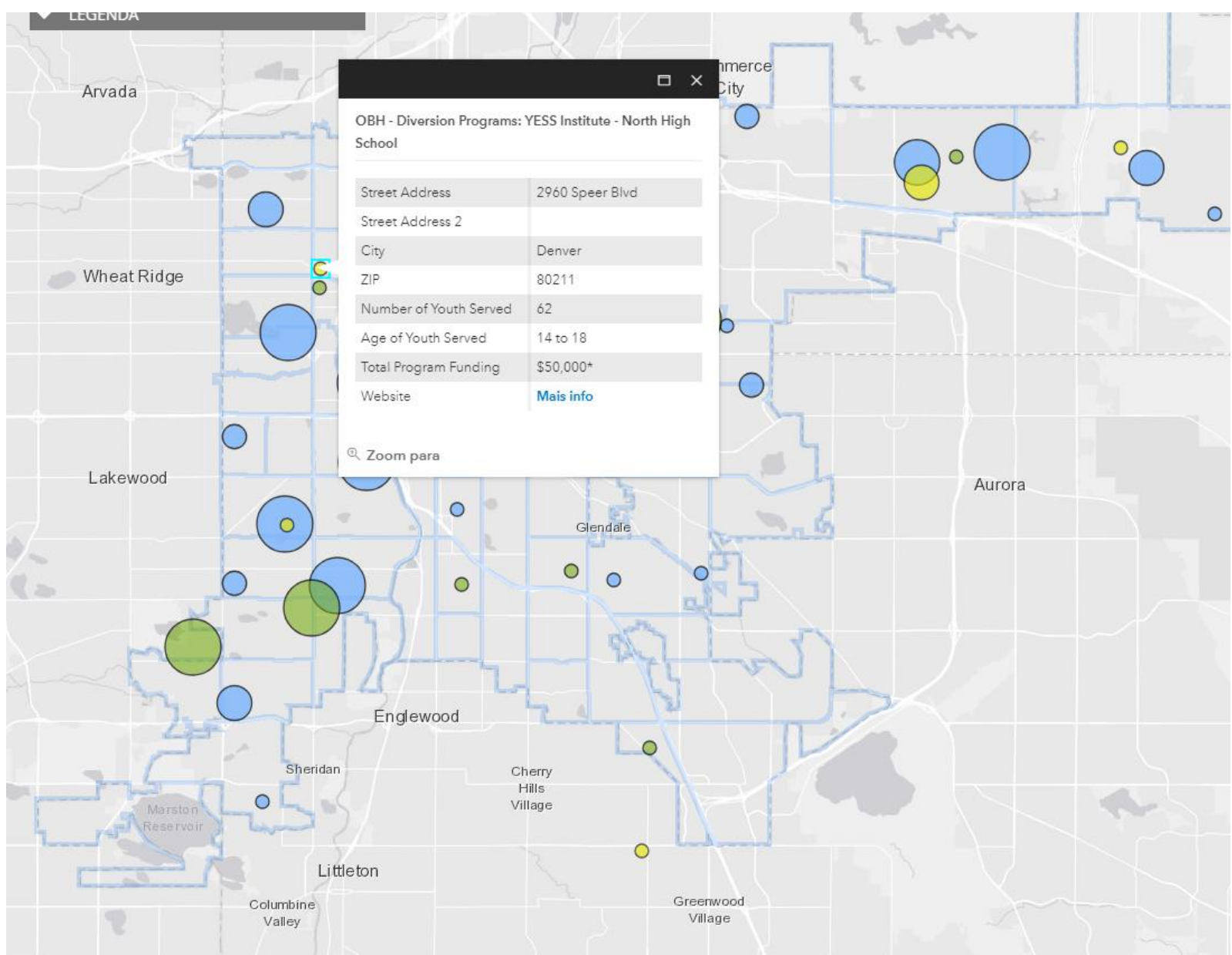
Since the beginning of legalization in Colorado, education has been one of Denver's top priorities. Denver, the first major city in the Country to legalize marijuana, has dedicated over 13 million dollars (2014 to 2018) of funding to prevention and education.

The Office of Marijuana Policy and its partners take a collaborative approach model that helps to reach kids and teenagers across the city. It strives to focus on supporting quality after-school and summer programs as well as diversion strategies with special attention to low-income neighborhoods.

The funds leverage existing best practices and processes to enhance quality programs and promote pro-social activities to youth living in an environment with legalized marijuana.

Click on the map to explore program and funding information.





Amelie Company Contract Background

2016

- Released RFP for development of a youth marijuana education and prevention campaign
- Selected Amelie Company after a competitive bid process
- August-Initiated contract:
 - 1/1/2017-12/31/17
 - \$450,000 (2016 base budget)
- November-City Council approved 2017 budget for \$850,000

2017

- January-Contract started
 - Began campaign research and development
- July-amended contract
 - 1/1/2017-12/31/2018
 - \$1.3 million (+\$850,000 from 2017 and 2018 budget)
- December-released campaign into market

2018

- Continuation of campaign
- July-amended contract
 - 1/1/2017-12/31/2019
 - \$2.15 million (+\$850,000 from 2018 and 2019 budget)

2019

- Continuation of campaign
- March - amended contract
 - 1/1/2017-12/31/2019
 - \$2.45 million (+\$300,000 from 2019 budget)

2020

- Continuation of campaign
- Amend contract (November 2019)
 - 1/1/2017-12/31/2020
 - \$2.9 million (+\$450,000 from 2020 budget)

2019 Campaign Performance

January 1, 2019 – October 31, 2019



Over **47 million** paid media impressions through digital video, mobile gaming apps, digital radio, social media, and out-of-home school bus placements.

Over **25 million** earned media impressions through 50 news story placements and pick-ups, generating a publicity value of over \$300,000.

Distributed **3,800 campaign flyers**, **200 posters** and **26 classroom-in-a-box sets** to Denver Public Schools. An ambient execution partnering with Elitch Gardens resulted in just under **2 million impressions**.

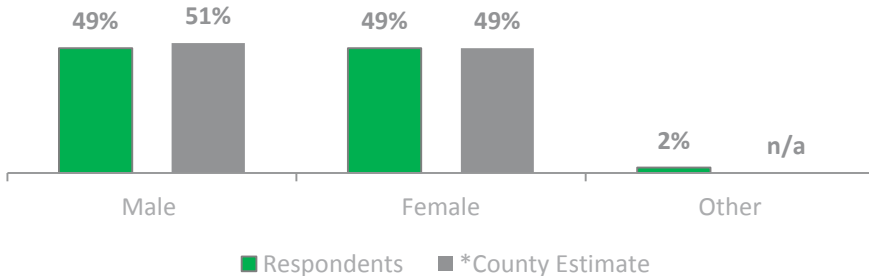
Since the campaign launch in December 2017, High Costs paid media, social media, PR and web impressions have totaled over **210 million**.

2018 Post-Campaign Survey

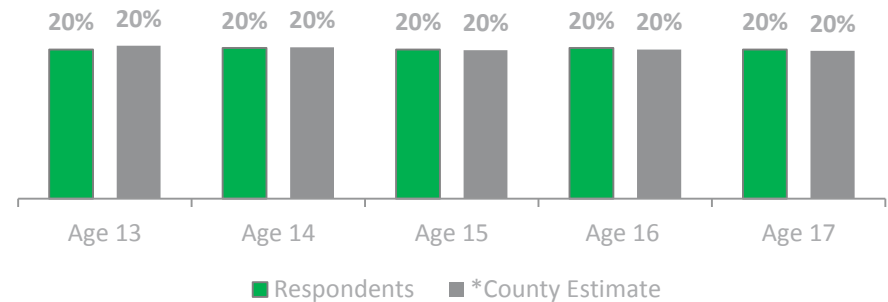


Conducted an online survey among 502 Denver teens to evaluate campaign effectiveness including awareness, ad recall and likability. The respondent pool was representative of the City and County of Denver:

Gender



Age Distribution**



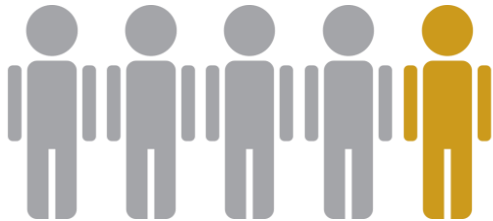
The online survey was administered by a local research company, and was performed at a 95% confidence level.

**County Estimates: Source Colorado Dept. of Local Affairs for 2017 **Data weighted by age to reflect county age distribution*

2018 Post-Campaign Survey



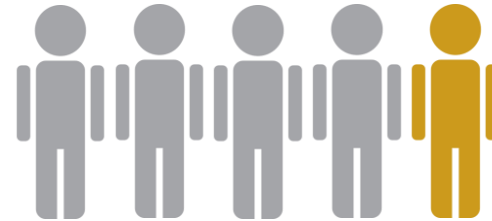
Healthy Kids Colorado Survey 2017



4 out of 5

79% of Denver youth
DO NOT use marijuana.

High Costs Post-Campaign Survey 2018



4 out of 5

80% of Denver youth
DO NOT use marijuana.

Results for the 2019 Healthy Kids Colorado Survey to be released in mid-2020.

2018 Post-Campaign Survey



Among teens aware of the campaign, **75%** indicated that the 'High Costs' campaign discouraged them from using marijuana.

72% of teens who saw the online posts engaged with them by liking, sharing or talking about them with friends.

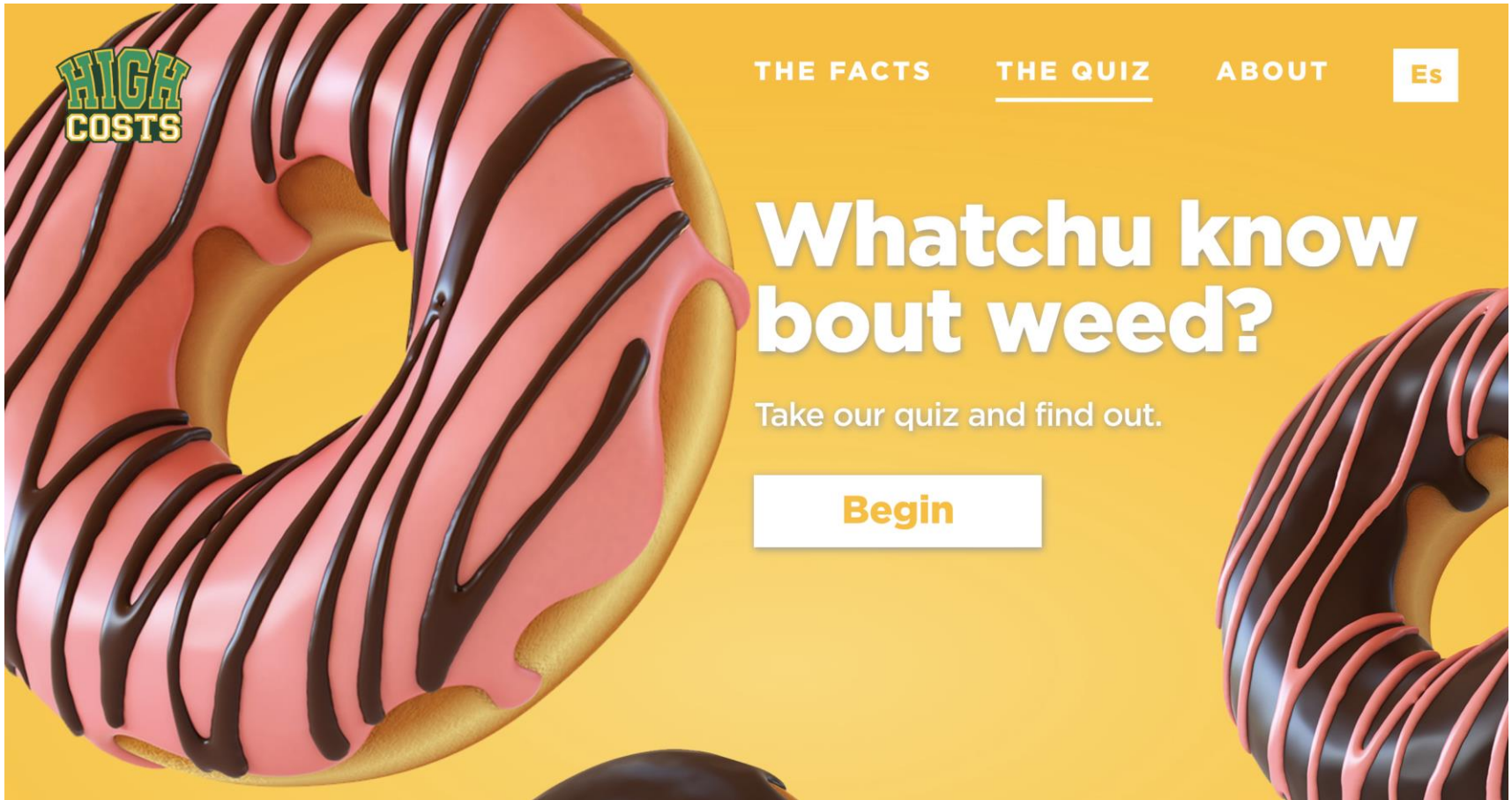
The majority of teens agree that the High Costs campaign **has a clear message, is educational, trustworthy and likeable.**

A 2019 post-campaign survey is currently in-market, results available in early 2020.

'High Costs' 2019 Campaign Continuation



Online Quiz



HIGH COSTS

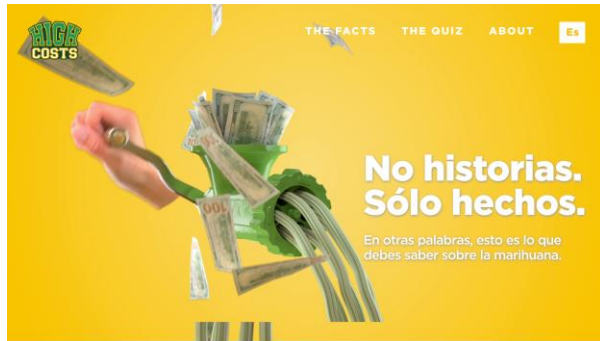
THE FACTS THE QUIZ ABOUT **Es**

Whatchu know bout weed?

Take our quiz and find out.

Begin

Spanish Web Page



Lo que está pasando:

La marihuana es legal en Colorado, lo que significa que los adultos mayores de 21 años pueden consumirla de manera responsable. Pero, aun así, sigue siendo ilegal para ti. ¿Por qué? A medida que se realizan investigaciones y estudios, más información sobre marihuana y sus efectos ha revelado los costos altos del consumo por parte de menores de edad.

Capítulo 1

La ciencia lo dice.

Los químicos en la marihuana son los que hacen que uno se sienta drogado, pero ese no es el único efecto.

Los efectos a corto plazo
Sentirse drogado, disminución del tiempo de reacción y de la coordinación del mano o ojo, percepción distorsionada del tiempo y la distancia, paranoia, ritmo cardíaco acelerado, presión arterial elevada, aumento de apetito, boca seca, ojos rojos, dificultad para pensar y resolver problemas, disminución de la motivación y sentirse cansado son todos efectos a corto plazo.

Cerebro
La dopamina es liberada en el cerebro cuando se consume marihuana, activando las vías neuronales del cerebro que producen sentirse "drogado."

Memoria
Las personas que consumen marihuana experimentan pérdida de la memoria a corto plazo durante el efecto de la droga en el hipocampo.

Pulmones
Cuando se fuma la marihuana, se liberan toxinas y carcinógenos que dañan los pulmones. Algunos estudios e incluso sugieren que este humo contiene muchas de las mismas toxinas que el humo del tabaco.

Corazón
La marihuana aumenta el ritmo cardíaco poco después de fumar, y el vértigo puede durar hasta tres horas.

En tu grasa
El THC se almacena en las células de grasa y puede permanecer en tu cuerpo durante varias semanas después de su consumo.

Es ergolítica
La marihuana es una droga ergolítica, lo que significa que disminuye el rendimiento deportivo, ya que causa un tiempo de reacción más lento y la fatiga muscular.

Varía
La potencia del THC, la frecuencia de consumo, la edad del primer consumo, y si otras sustancias son consumidas al mismo tiempo son los factores que determinan cómo la marihuana afecta a alguien. Cada persona la metaboliza de manera diferente.

Capítulo 2

Sería una pena.

A diferencia de lo que sucede con la mayoría de las plantas, ser atrapado con marihuana si eres menor de 21 años tiene consecuencias.

Menor en posesión (MIP)
Un MIP es un menor de edad - alguien con menos de 21 años - en posesión de las drogas o el alcohol. Un MIP podría significar multa, la suspensión de la licencia de conducir, la pérdida de ayuda financiera para educación superior, servicio comunitario y cargos por delitos menores o delitos mayores.
En 2017 hubo 3,771 arrestos o citaciones de los adolescentes por infracciones relacionadas con la marihuana en Colorado.

Conducir bajo la influencia de sustancias (DUI)
Es legal y seguro manejar drogado, así como es legal y seguro a tomar el alcohol y manejar. Podría recibir un DUI si maneja bajo la influencia de las drogas o el alcohol, y esto podría tener un impacto negativo en tu futuro. Un conductor sospechoso de estar drogado recibió un examen de sangre por parte de un oficial de policía.
En 2015, el 36% de todos los DUI recibidos por los adolescentes en Colorado estuvieron relacionados con la marihuana.

Pérdida de ayuda financiera
Un cargo menor por la marihuana podría causar que eliminen tu beca o que no seas elegible para recibir ayuda financiera federal, préstamos, y los programas de estudio y trabajo.
A más de 200,000 estudiantes universitarios se les ha negado ayuda financiera debido a un arresto por las drogas o un delito menor por drogas.

Suspensión o expulsión de la escuela
Las escuelas establecen sus propias reglas sobre la marihuana y las consecuencias de ser atrapado con marihuana en el campus escolar. Si violas la política sobre drogas de la escuela, podrías ser retirado de las clases deportivas y las actividades extracurriculares. También te podrían suspender de la escuela, expulsarte o pedirte que completes un programa de orientación sobre drogas.
Durante el año escolar 2017-2018, el 79% de los infracciones relacionadas con marihuana por parte de estudiantes de las Escuelas Públicas de Denver (DPS) resultaron en una suspensión o expulsión.

Guía de estudio Weeded Out
¿Quieres saber aún más sobre la marihuana? Mira esta guía de estudio de 200 preguntas.
[Descargar](#)

¿Tienes preguntas? Escríbenos.
Nombre completo
Correo electrónico
Tu pregunta aquí.
[Enviar](#)

Ambient Execution





2020 Campaign Continuation



Campaign support through account planning and strategy, project management, and creative development.

Social media planning and strategy, optimization and moderation. Media coverage monitoring and tracking as PR support.

Media planning, optimization and media buy for 2020.

Campaign reporting on a flight-by-flight basis, as well as comprehensive mid- and post-campaign reports.

Thank You