



Contract Approval for EXCIS-202265807

High Costs Campaign Vendor

Amelie Company

RR23-0270

Approves a contract with Amelie Company for \$1,875,000 and 1 year, with 4 1-year options to extend, to provide strategic planning, creative development, media planning and placement, implementation, and performance tracking and measurement for the City's Youth Marijuana Education and Prevention Campaign, citywide (EXCIS-202265807).

Program Background



The “High Costs” Campaign is a youth education campaign funded by a special sales tax on retail marijuana.

The goal of the campaign is to ensure that Denver youth have the **facts** about marijuana so they can make an informed decision not to use underage.

Originally launched in 2017, the initial program contract has expired and a **new contract** has been sought through a competitive RFP process.

Why are we here?

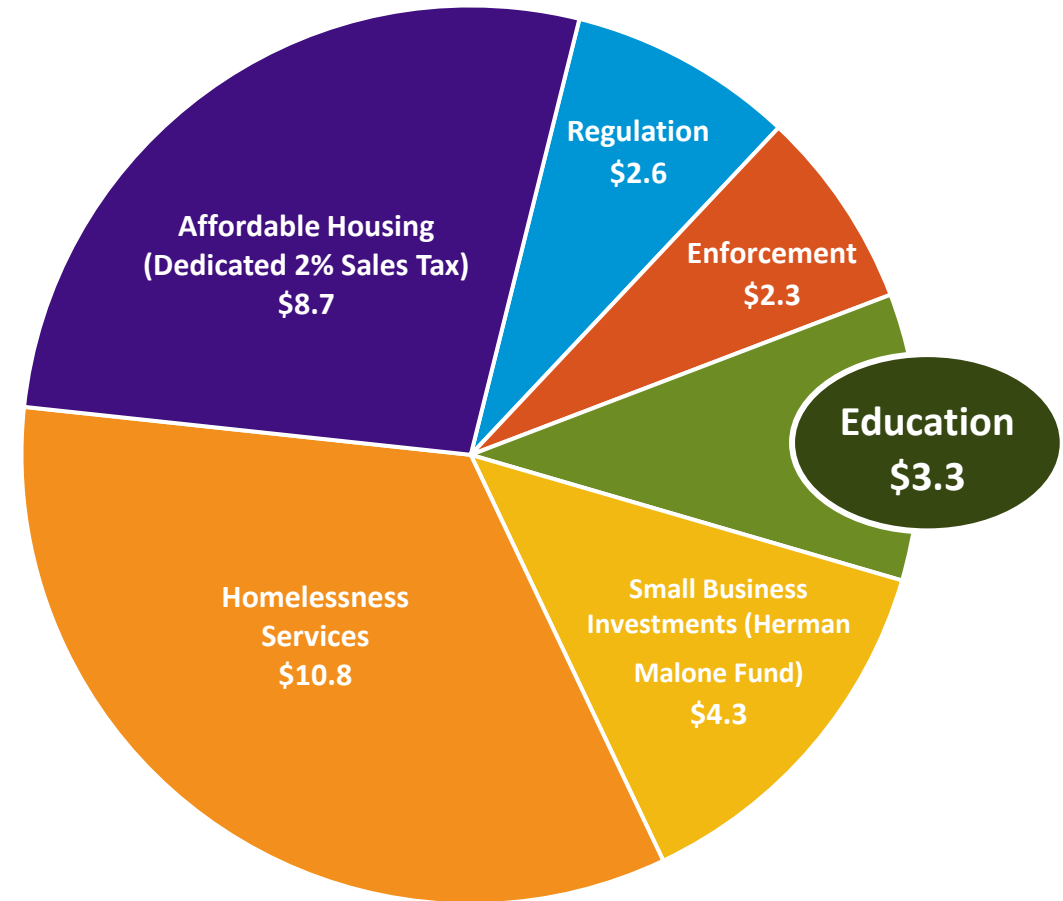
Excise and Licenses is requesting **approval of a new contract with Amelie Company** to create content for the **High Costs** youth education campaign.

Contract Details

- **One-year contract** with a city option to renew each of the next four years
- Annual contract amount not to exceed **\$375,000**
- Total cost of five-year contract if renewed would be **\$1.875 million**

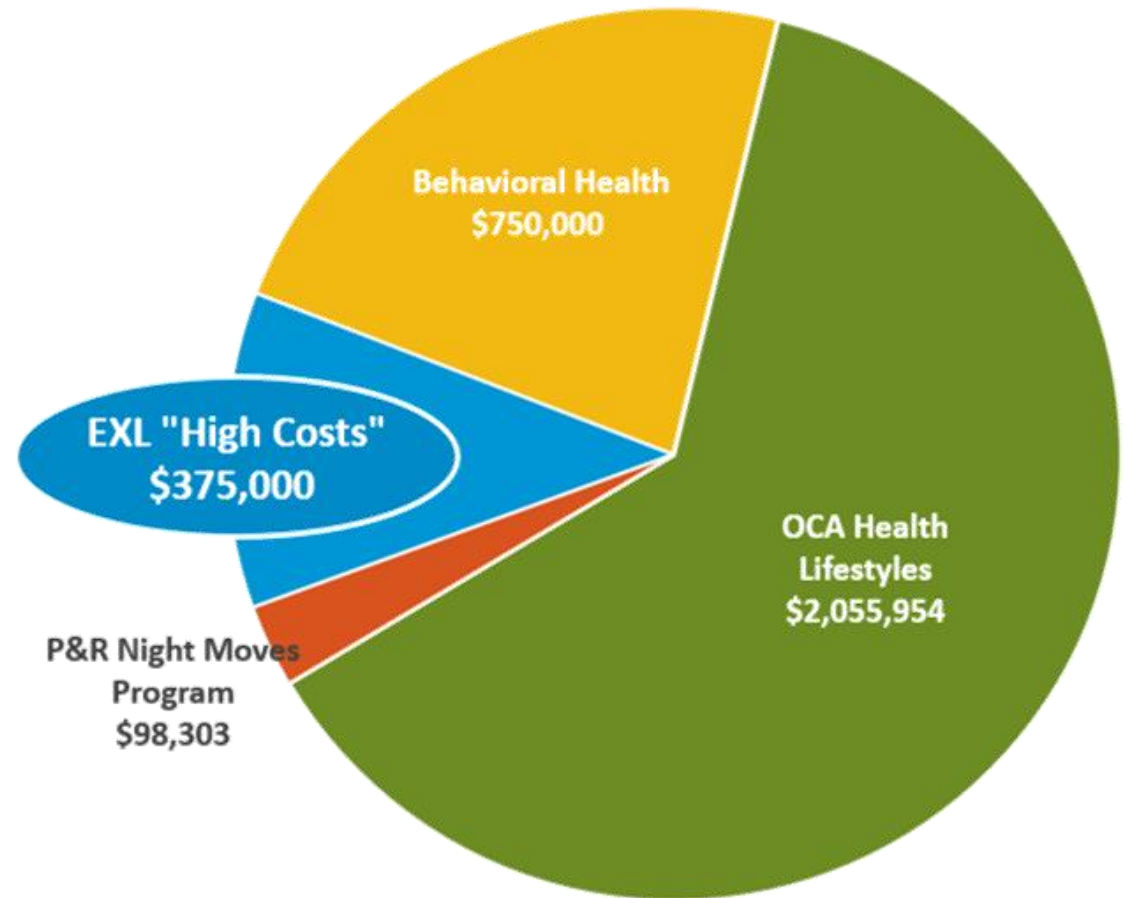
How is educational programming funded?

- In November 2013, Denver voters approved a special sales tax on retail marijuana to support the city's regulation, enforcement, and education efforts. The state also collects a special sales tax that is shared with Denver and other local jurisdictions.
- The chart to the right shows the projected City expenditures in 2023 from these special sales taxes.
- Of the total \$31.9 million, \$3.3 million is allocated to education.




What's included in educational programming?

- Of the \$3.3 million allocated to educational programming in 2023, most is spent by the **Office of Behavioral Health** and the **Office of Children's Affairs** on prevention and diversion programming.
- In addition to the \$375,000 for the High Costs Campaign, Excise and Licenses also focuses on education through our mass media efforts to educate the industry and the general public.





High Costs: An Overview



HIGH COSTS

THE FACTS THE QUIZ ABOUT **Es**

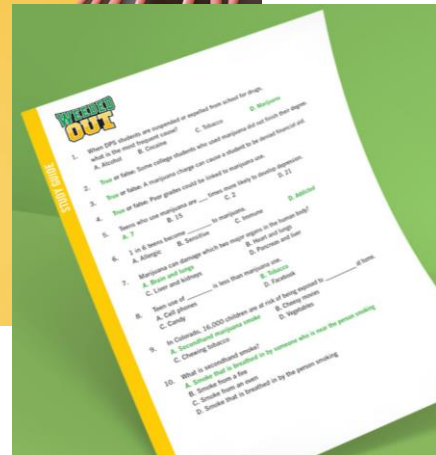
Whatchu know bout weed?

Take our quiz and find out.

Begin

Classroom In-a-Box

Classroom-In-a-Box is a trivia card game that teaches youth about the legal, social, health and historical sides of weed.

Weeded Out Study Guide

Want to know even more about marijuana? Check out this 200-question study guide.

English **Spanish**

Content is available in English and Spanish

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 debido al efecto de la droga en el hipocampo.

Pulmones

Cuando se fuma la marihuana, se liberan toxinas y carcinógenos que dañan los pulmones. Algunos estudios 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 efecto puede durar hasta tres horas.

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.

En tu grasa

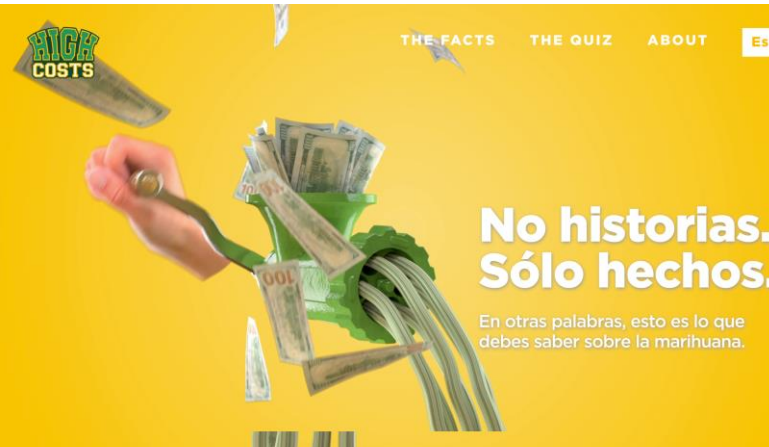
El THC se almacena en las células de grasa y puede permanecer en tu cuerpo durante varias semanas después de su consumo.

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.

High Costs

THE FACTS THE QUIZ ABOUT Es



No historias. Sólo hechos.

En otras palabras, esto es lo que debes saber sobre la marihuana.

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.



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 multas, 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 2,171 arrestos o citaciones de los adolescentes por infracciones relacionadas con la marihuana en Colorado.

Conducir bajo la influencia de sustancias (DUI)

Es ilegal e inseguro manejar drogado, así como es ilegal e inseguro a tomar el alcohol y manejar. Podrías recibir un DUI si manejas 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 recibirá un examen de sangre por parte de un oficial de policía.

En 2017, 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 pierdas 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 le 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, puedes ser retirado de los equipos deportivos 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 las 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](#)





Campaign Performance To-Date

December 15, 2017 – December 31, 2022

- Over **195 million paid media impressions** through digital video, mobile gaming apps, digital radio, social media, billboards, posters, and out-of-home school bus placements.
- Over **65.5 million earned media impressions** through 165 news story placements and pick-ups, generating a publicity value of over \$4 million. In 2018, High Costs and the Weeded Out game show were featured on CBS This Morning.
- **3,800 campaign flyers, 800 posters and 50 classroom-in-a-box sets** have been distributed to Denver Public Schools. A 2019 partnership with Elitch Gardens resulted in just under **2 million impressions**, and in 2020 High Costs partnered with TEDxMileHigh for a “High Costs Adventures” series that resulted in over **265K impressions**.
- Since the campaign launch in December 2017, High Costs paid media, social media, PR, activation, and web impressions have totaled over **261 million**.

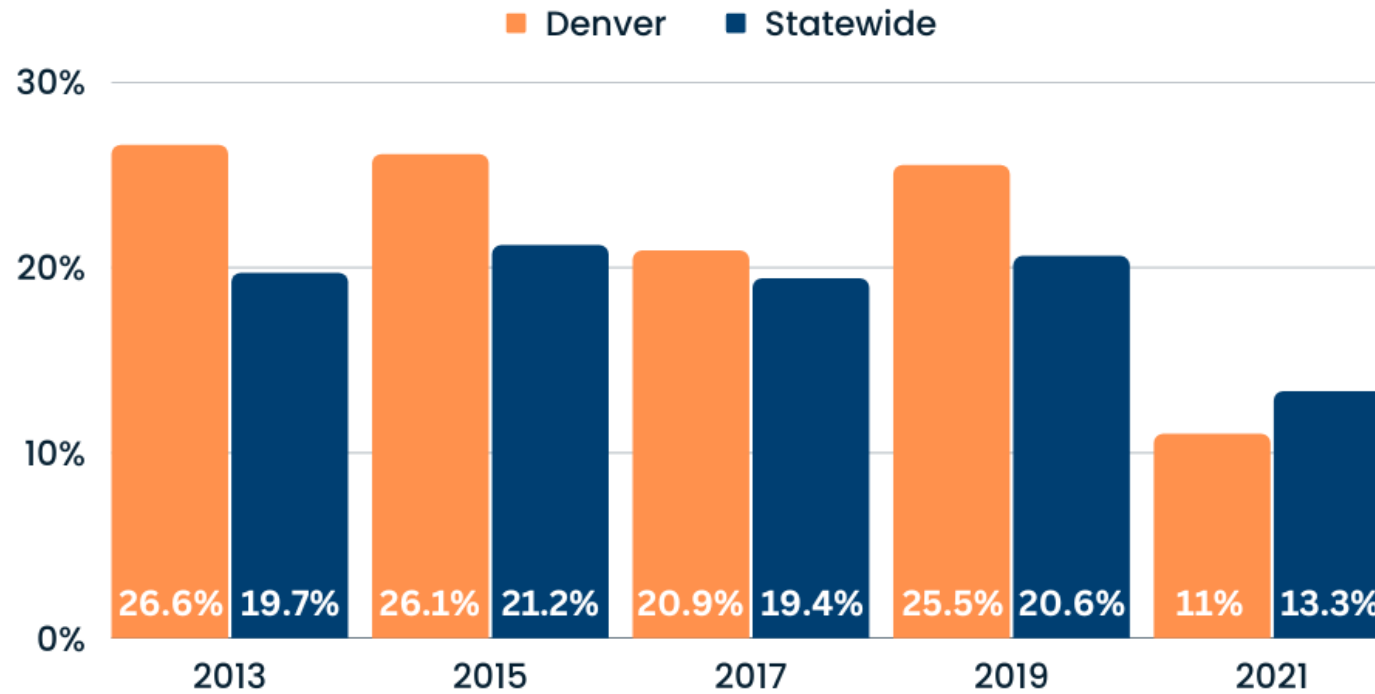


2019 Post-Campaign Survey

- Among teens aware of the campaign, **81%** indicated that the 'High Costs' campaign discouraged them from using marijuana.
- **74% 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.**

STUDENTS REPORTING USING MARIJUANA ONE OR MORE TIMES PAST 30 DAYS

Biannual Healthy Kids Colorado Survey



High school students who responded to survey



2023 Campaign Continuation

- Continue to **increase awareness and knowledge** in Denver youth 12-18 of accurate marijuana laws and health impacts associated with underage use.
- **Refresh the campaign** to continue to be relevant and connect with youth; particularly middle school age and priority populations at a higher risk.
- Create **new content** to address the facts and health risks associated with a variety of new and emerging types of use, such as **vaping or dabbing**.
- Update campaign to address **social factors and continued stress** and emotional concerns brought to bear by COVID that could lead to underage use.



2023 Campaign Activities

- 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 buys for 2023
- Campaign reporting on a flight-by-flight basis, as well as comprehensive mid- and post-campaign reports

Questions?