
SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

- Il serait de plus souhaitable d'ajouter au film, en guise d'épilogue, un certain nombre de statistiques "choc" visant à sensibiliser davantage les Canadiens sur les conséquences inhérentes au transport de la drogue.

Annonce Revue

- Quoique n'ayant pu vérifier le thème et le texte de l'annonce de la revue "Traveller", il nous apparaît évident, après analyse, que le visuel de l'annonce de la revue "En route" combiné au thème et au titre de l'annonce de la revue "Traveller" correspondent parfaitement aux attentes du public.

- Enfin, dans l'optique de maximiser la portée de cette campagne antidroque, nous recommandons fortement l'utilisation d'un seul slogan ou thème qui apparaîtrait sur tous les éléments publicitaires de la campagne. Ce slogan se doit d'être véhiculé, voire même exploité, d'une façon beaucoup plus agressive et répétitive afin d'accroître de façon appréciable le niveau de notoriété de ce slogan. Son degré de rétention devra être semblable au thème "Piquer c'est voler" ou "L'alcool au volant, c'est criminel".

À ce chapitre, mentionnons que le choix du slogan "Un aller sans retour" est tout à fait judicieux en autant que le groupe-cible visé soit davantage les jeunes.