

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2021-08-03



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2021-08-03"

Destination Canada donne l'autorisation d'utiliser ces données.
Veuillez indiquer comme source : « Sondage hebdomadaire de Destination Canada sur
l'opinion des résidents quant à la situation liée à la COVID-19, 2021-08-03 »

Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
BC	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards all domestic destinations.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards other parts of the province, other parts of Canada and the US.
Alberta	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards other parts of Canada. Feelings of safety have also been trending downwards over the past 2 weeks towards other parts of the province, the US and other international destinations (outside of the US).	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards other parts of Canada, the US and other international destinations (outside of the US). Receptivity of promoting their community has generally reverted back to levels seen at the beginning of July for all destinations.
Saskatchewan*	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. Feelings of safety for in-province destinations have been flat since the beginning of July, but have been trending higher over the past 2 weeks towards other parts of Canada.	▲ ▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of Canada but has decreased towards international destinations (outside of the US). Receptivity of promoting their community has been trending upwards towards all domestic destinations and the US since mid-May.
Manitoba	▼	After a significant increase the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards other parts of Canada, reverting to levels seen the week prior.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards the US. Receptivity of promoting their community has generally been trending higher for all destinations since the end of June.
Ontario	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards other parts of Canada. Feelings of safety for in-province destinations have generally been flat since the end of June.	■	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.
Quebec	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. Feelings of safety for all domestic destinations have generally been flat since the end of June, but have been trending downwards towards all international destinations since the beginning of July.	■	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, levels have been trending downwards for all out-of-province destinations over the past 2 weeks tracked.
Atlantic Canada	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards other parts of Canada and international destinations (outside of the US). Feelings of safety towards other parts of Canada had been trending upwards since mid-July before this week's decline.	■	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, receptivity of promoting their community has generally been trending upwards for all in-province destinations and the US since the end of May, and towards other parts of Canada since the beginning of May.

* Small base size (<100), interpret with caution.

2 ▲ positive compared to previous week

▼ negative compared to previous week

■ no change compared to previous week

Résumé

	Je me sens à l'aise de voyager		Réaction à la publicité	
Colombie-Britannique	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans l'ensemble des destinations du Canada.	▼	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres parties de la province, d'autres régions du Canada et les États-Unis.
Alberta	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres régions du Canada. On observe aussi une tendance à la baisse ces deux dernières semaines pour ce qui est des voyages dans d'autres parties de la province, aux États-Unis ou dans d'autres pays que les États-Unis.	▼	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres régions du Canada, les États-Unis et d'autres pays que les États-Unis. L'ouverture à la publicité ciblant l'ensemble des destinations est globalement revenue au niveau enregistré début juillet.
Saskatchewan	▬	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations. Le sentiment de sécurité est resté inchangé depuis début juillet pour ce qui est des voyages à l'intérieur de la province, mais a connu une tendance à la hausse ces deux dernières semaines pour ce qui est des voyages dans d'autres régions du Canada.	▲ ▼	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres régions du Canada, mais moins ouverts quand elle cible d'autres pays que les États-Unis. L'ouverture à la publicité sur leur communauté ciblant l'ensemble des régions du pays et les États-Unis maintient sa tendance à la hausse depuis mi-mai.
Manitoba*	▼	Après une hausse importante la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres régions du Canada, revenant au niveau de la semaine d'avant.	▲	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant les États-Unis. L'ouverture à la publicité ciblant l'ensemble des destinations est dans l'ensemble à la hausse depuis fin juin.
Ontario	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres régions du Canada et dans d'autres pays à l'intérieur de la province.	▬	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée.
Québec	▬	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations. Globalement, le sentiment de sécurité n'a pas fluctué depuis fin juin pour ce qui est des voyages partout au pays, mais on note depuis début juillet une tendance à la baisse pour ce qui est des voyages vers l'ensemble des destinations étrangères.	▬	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée. Toutefois, on a remarqué une baisse pour la publicité ciblant l'ensemble des régions extérieures à la province au cours des deux dernières semaines faisant l'objet d'un suivi.
Canada atlantique	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres régions du Canada et dans d'autres pays que les États-Unis. Avant la baisse enregistrée cette semaine, on avait observé une tendance à la hausse depuis mi-juillet pour ce qui est des voyages dans d'autres régions du Canada.	▬	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée. Toutefois, l'ouverture à la publicité sur leur communauté maintient généralement sa tendance à la hausse depuis fin mai pour la publicité dirigée vers l'ensemble des régions de la province et les États-Unis, et depuis début mai pour la publicité dirigée vers d'autres régions du Canada.

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

3



positif par rapport à la semaine précédente



négatif par rapport à la semaine précédente



stable par rapport à la semaine précédente

Methodology

Destination Canada is seeking to understand how safe residents of each province/region are feeling towards travelling to different places.

Respondents are asked to rate their level of agreement with the following statements:

- I feel safe to travel to communities near me
- I feel safe to travel to communities in my province
- I feel safe to travel to other provinces or territories in Canada
- I feel safe to travel to the United States
- I feel safe to travel internationally

Starting on September 15th, the following questions will alternate with results for each question being available bi-weekly:

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?	How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?
<ul style="list-style-type: none">• I would welcome visitors travelling to my community from other communities near me• I would welcome visitors travelling to my community from other parts of my province• I would welcome visitors travelling to my community from other parts of Canada• I would welcome visitors travelling to my community from the United States• I would welcome visitors travelling to my community from other countries (outside of the United States)	<ul style="list-style-type: none">• Advertising directed towards visitors from other communities near me• Advertising directed towards visitors from other parts of my province• Advertising directed towards visitors from other parts of Canada• Advertising directed towards visitors from the United States• Advertising directed towards visitors from other countries

Approximately ~1,800 responses for the resident sentiment questions are collected from Canadians on a weekly basis through an online methodology. The study is fielded from Friday to Sunday preceding the report date. The study is weighted to be representative of the Canadian population according to census data, excluding the northern territories. The northern territories are excluded from this research due to sample feasibility issues given small population sizes. The questions are being asked by Leger, a market research provider.

Destination Canada has requested a minimum of n=200 respondents every week from each province/region, with a minimum of n=50 respondents identifying as living in rural communities among each province/region.

Please note that results from base sizes of less than n=100 should be interpreted with caution.

Méthodologie

Destination Canada cherche à comprendre dans quelle mesure les résidents des provinces et des régions sont à l'aise de voyager à différents endroits.

On leur a demandé dans quelle mesure ils étaient d'accord avec les énoncés suivants :

- Je me sens à l'aise de voyager dans des communautés voisines à la mienne.
- Je me sens à l'aise de voyager dans des communautés de ma province.
- Je me sens à l'aise de voyager dans d'autres provinces ou territoires du Canada.
- Je me sens à l'aise de voyager aux États-Unis.
- Je me sens à l'aise de voyager dans d'autres pays.

Depuis le 15 septembre, on fait alterner les deux questions suivantes, et les résultats pour chacune seront présentés toutes les deux semaines :

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacune des affirmations suivantes?

- Les visiteurs provenant d'autres communautés voisines sont les bienvenus dans ma communauté
- Les visiteurs provenant d'autres régions de ma province sont les bienvenus dans ma communauté
- Les visiteurs provenant d'autres régions du Canada sont les bienvenus dans ma communauté
- Les visiteurs provenant des États-Unis sont les bienvenus dans ma communauté
- Les visiteurs provenant d'autres pays (autres que les États-Unis) sont les bienvenus dans ma communauté

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

- Publicité dirigée vers les visiteurs de communautés voisines à la mienne.
- Publicité dirigée vers les visiteurs d'autres parties de ma province.
- Publicité dirigée vers les visiteurs d'autres régions du Canada.
- Publicité dirigée vers les visiteurs des États-Unis.
- Publicité dirigée vers les visiteurs d'autres pays.

Les données ont été recueillies au Canada, auprès d'environ 1 800 répondants, au moyen d'un sondage hebdomadaire en ligne sur l'opinion des résidents. Le sondage est mené du vendredi au dimanche précédant la date du rapport. Les données ont été pondérées de façon à représenter la population canadienne générale selon les données du recensement, excluant les territoires du Nord. Ces derniers sont exclus de cette recherche en raison de problèmes de faisabilité des échantillons étant donné la petite taille des populations. Les questions du sondage sont posées par Leger, une firme de sondage et recherche.

Destination Canada a demandé qu'un minimum de 200 personnes soient sondées dans chaque province ou région, dont au moins 50 vivant en milieu rural.

5 *Veillez noter que les résultats provenant d'une base de moins de 100 répondants doivent être interprétés avec prudence.*

1

I Feel Safe to Travel

**Je me sens à l'aise de
voyager**

Comparison by Region / Comparaison par région

I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

% Somewhat / Strongly Agree % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	85%	89%	80%	85%	85%	90%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	75%	83%	80%	77%	85%	91%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	52%	68%	59%	57%	65%	45%
The United States / ... aux États-Unis	26%	36%	35%	27%	31%	17%
Internationally / ... dans d'autres pays	26%	30%	29%	23%	29%	13%

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
 Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
 To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
 "I feel safe to travel to..."

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
 Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
 Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
 « Je me sens à l'aise de voyager... »

British Columbia / Colombie-Britannique

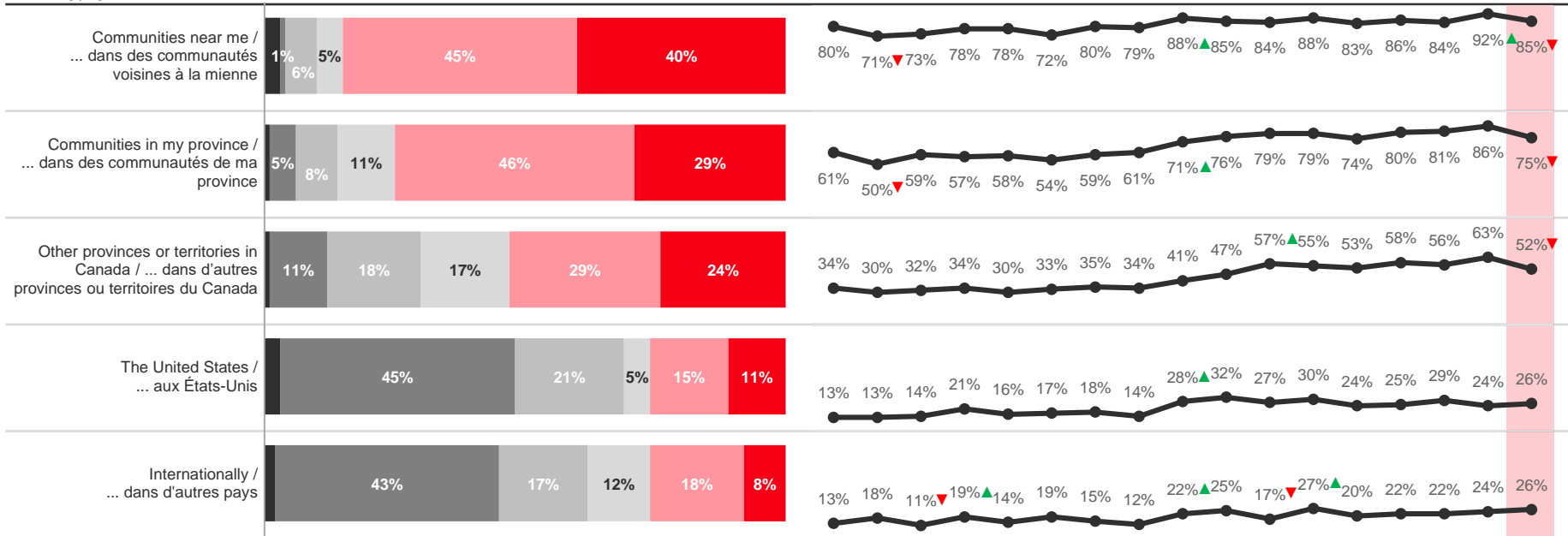
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Aug 3 / 3 août

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



Base: British Columbia

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to..."

Niveau de référence : Colombie-Britannique

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
« Je me sens à l'aise de voyager... »

Apr 6 (n=205) Apr 20 (n=206) Apr 27 (n=212) May 4 (n=200) May 11 (n=205) May 18 (n=205) May 25 (n=227) Jun 1 (n=217) Jun 8 (n=204) Jun 15 (n=200) Jun 22 (n=214) Jun 29 (n=202) Jul 6 (n=202) Jul 13 (n=203) Jul 20 (n=201) Jul 27 (n=203) Aug 3 (n=210)

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)



British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=63)*	Urban/Urbain (n=147)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	95%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	80%	74%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	55%	52%
The United States / ... aux États-Unis	25%	27%
Internationally / ... dans d'autres pays	28%	25%

* Small base size (<100), interpret with caution.

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

Base: British Columbia

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Niveau de référence : Colombie-Britannique

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Alberta

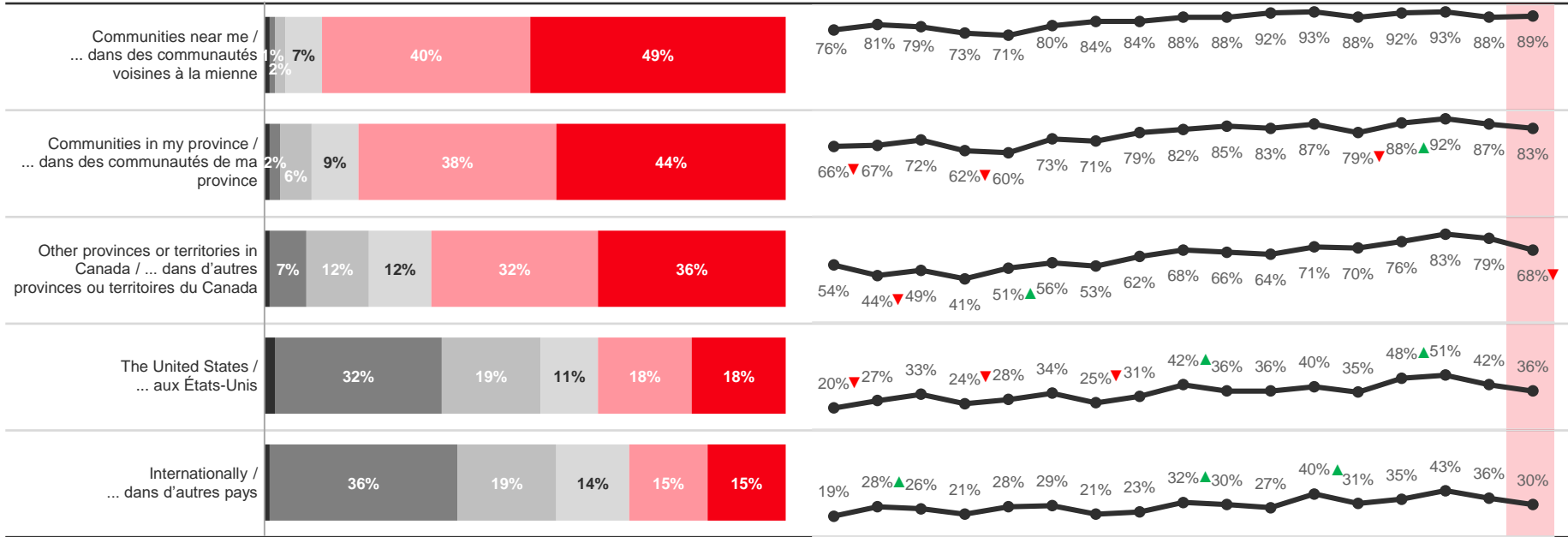
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Aug 3 / 3 août

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



Base: Alberta

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to..."

Niveau de référence : Alberta

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
« Je me sens à l'aise de voyager... »

Apr 6 (n=206) Apr 20 (n=202) Apr 27 (n=201) May 4 (n=200) May 11 (n=203) May 18 (n=200) May 25 (n=222) Jun 1 (n=214) Jun 8 (n=209) Jun 15 (n=200) Jun 22 (n=212) Jun 29 (n=201) Jul 6 (n=203) Jul 13 (n=203) Jul 20 (n=201) Jul 27 (n=204) Aug 3 (n=200)

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)



Alberta

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=83)*	Urban/Urbain (n=116)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	94%	87%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	87%	81%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	71%	65%
The United States / ... aux États-Unis	38%	35%
Internationally / ... dans d'autres pays	34%	29%

* Small base size (<100), interpret with caution.

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

Base: Alberta

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Niveau de référence : Alberta

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Saskatchewan / Manitoba

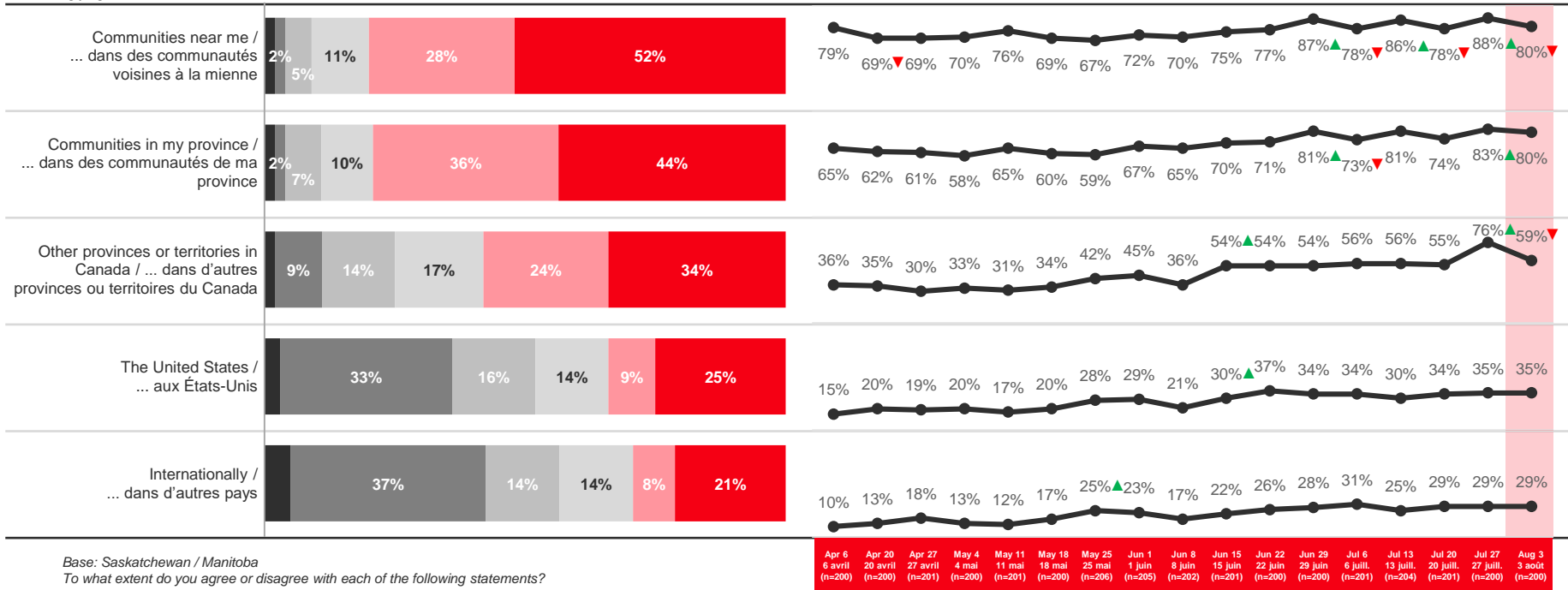
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Aug 3 / 3 août

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



Base: Saskatchewan / Manitoba

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to..."

Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
« Je me sens à l'aise de voyager... »

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

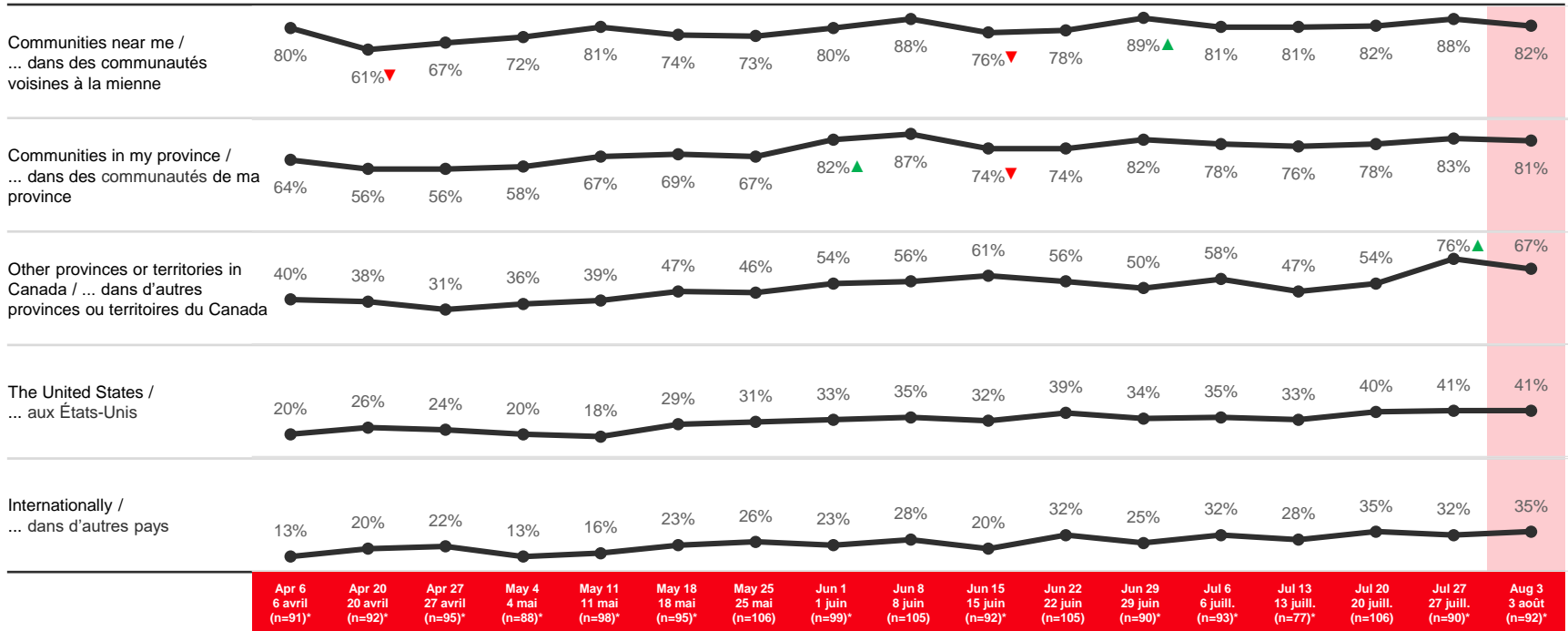


Saskatchewan

I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



* Small base size (<100), interpret with caution.

Base: Saskatchewan

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Niveau de référence : Saskatchewan

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95 %)

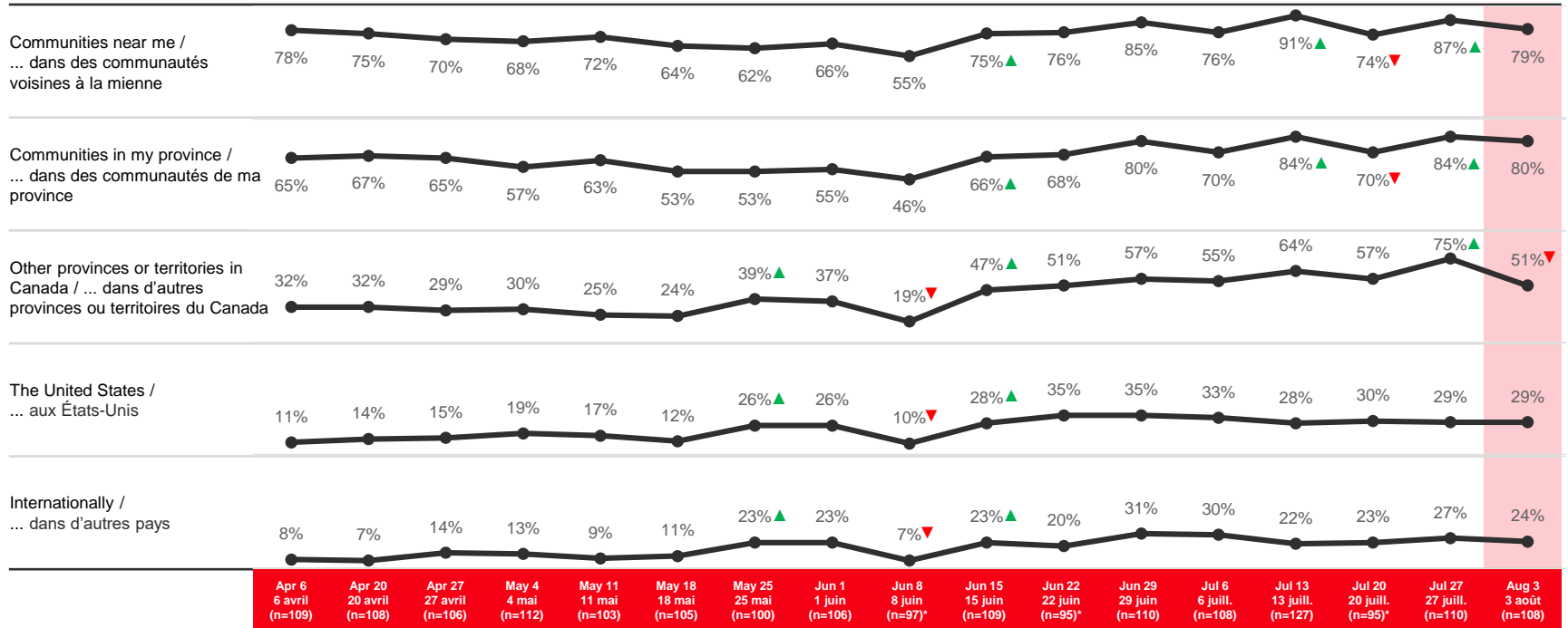
▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95 %)

Manitoba

I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



* Small base size (<100), interpret with caution.

Base: Manitoba

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Niveau de référence : Manitoba

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

Saskatchewan / Manitoba

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=97)*	Urban/Urbain (n=102)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	86%	80%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	86%	80%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	72%	54%
The United States / ... aux États-Unis	46%	32%
Internationally / ... dans d'autres pays	43%	26%

* Small base size (<100), interpret with caution.

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

Base: Saskatchewan / Manitoba

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Ontario

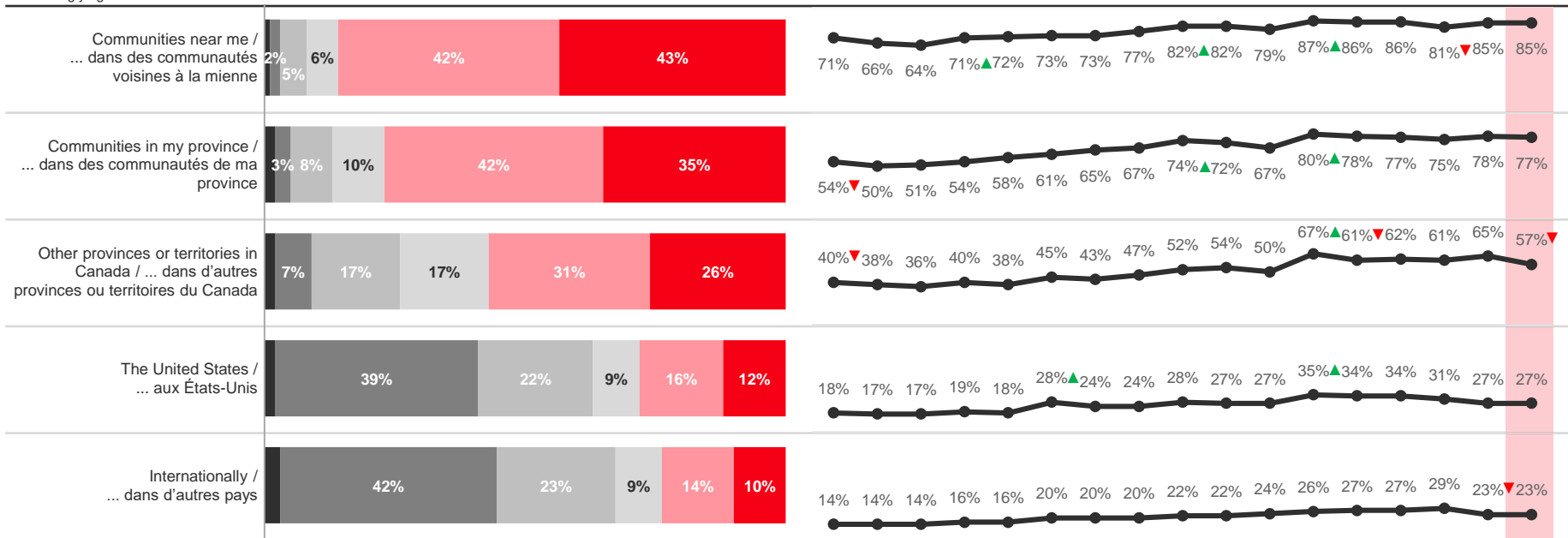
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Aug 3 / 3 août

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



Base: Ontario

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to..."

Niveau de référence : Ontario

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
« Je me sens à l'aise de voyager... »

Apr 6 (n=603) Apr 20 (n=604) Apr 27 (n=603) May 4 (n=602) May 11 (n=604) May 18 (n=605) May 25 (n=637) Jun 1 (n=625) Jun 8 (n=611) Jun 15 (n=604) Jun 22 (n=604) Jun 29 (n=604) Jul 6 (n=604) Jul 13 (n=605) Jul 20 (n=617) Jul 27 (n=605) Aug 3 (n=613)

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)



Ontario

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=73)*	Urban/Urbain (n=536)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	94%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	79%	77%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	57%	57%
The United States / ... aux États-Unis	23%	28%
Internationally / ... dans d'autres pays	20%	23%

* Small base size (<100), interpret with caution.

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

Base: Ontario

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Niveau de référence : Ontario

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Quebec / Québec

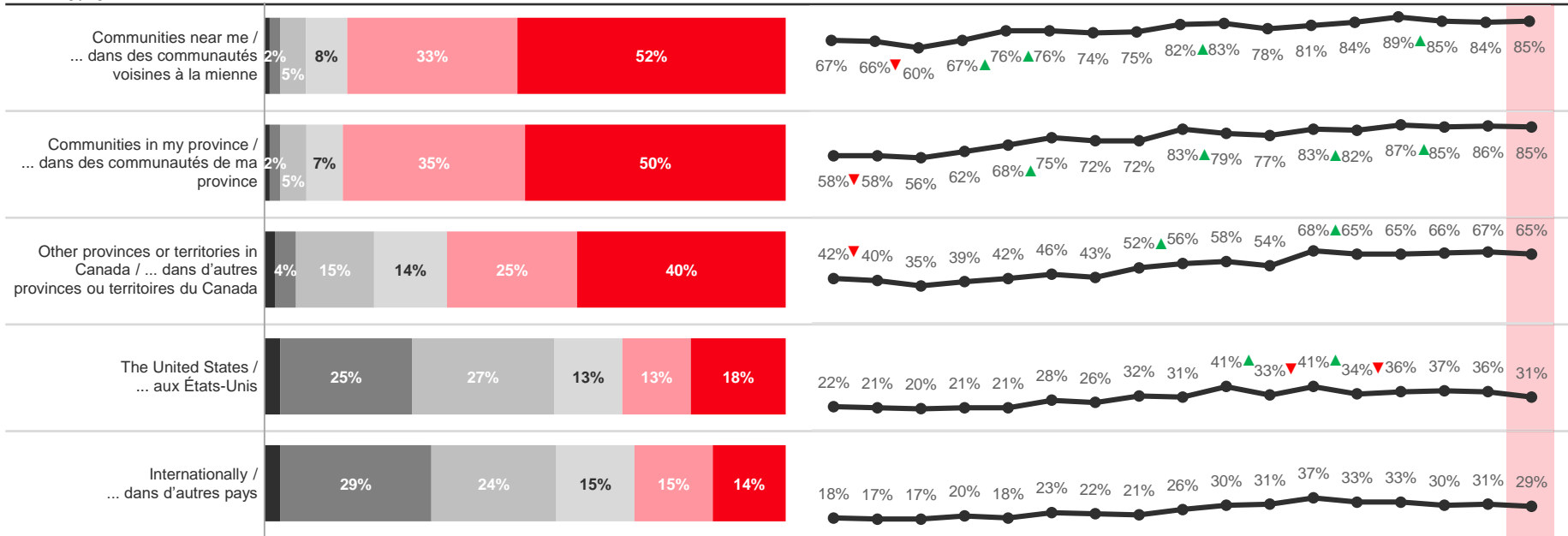
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Aug 3 / 3 août

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



Base: Quebec

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to..."

Niveau de référence : Québec

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
« Je me sens à l'aise de voyager... »

Apr 6 (n=408) Apr 20 (n=409) Apr 27 (n=431) May 4 (n=408) May 11 (n=415) May 18 (n=406) May 25 (n=427) Jun 1 (n=426) Jun 8 (n=413) Jun 15 (n=412) Jun 22 (n=412) Jun 29 (n=400) Jul 6 (n=407) Jul 13 (n=408) Jul 20 (n=410) Jul 27 (n=407) Aug 3 (n=411)

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

Quebec / Québec

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=76)*	Urban/Urbain (n=328)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	85%	86%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	90%	85%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	72%	64%
The United States / ... aux États-Unis	43%	29%
Internationally / ... dans d'autres pays	35%	28%

* Small base size (<100), interpret with caution.

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

Base: Quebec

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Niveau de référence : Québec

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Atlantic Canada / Canada atlantique

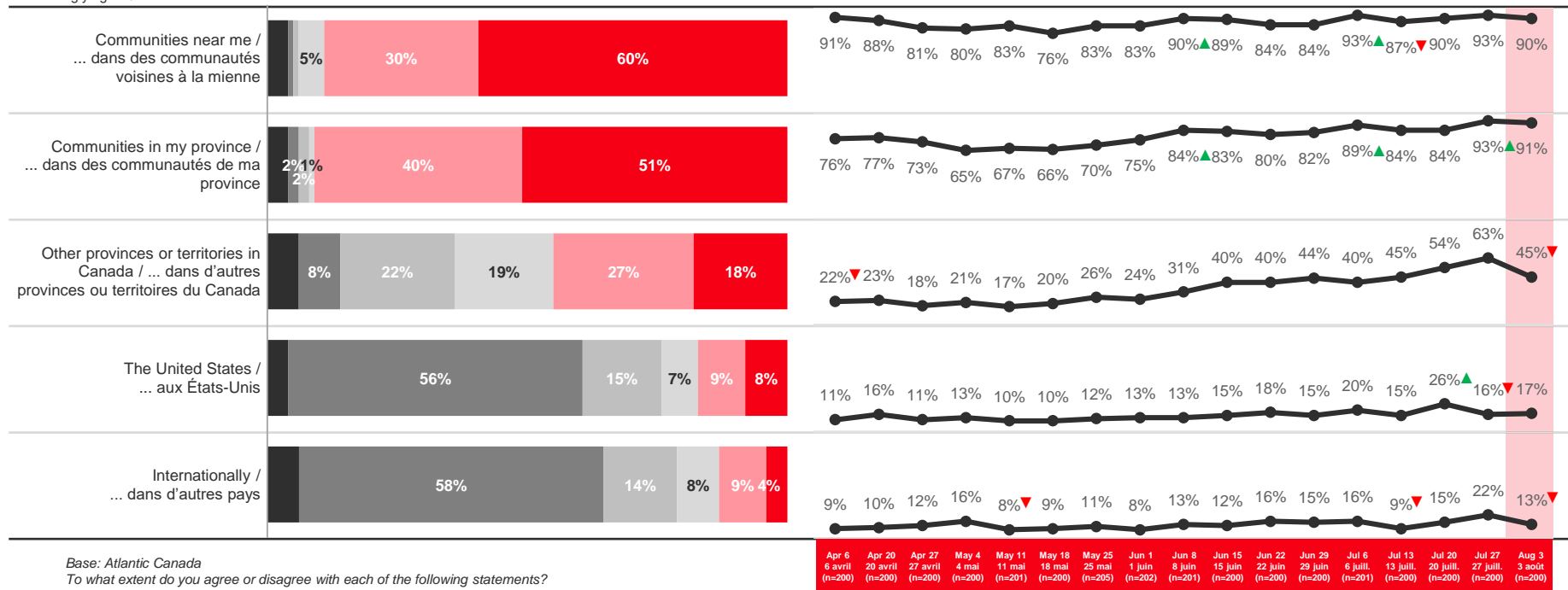
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Aug 3 / 3 août

Trending / Tendance

% Somewhat / Strongly Agree / % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord



Base: Atlantic Canada

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to..."

Niveau de référence : Canada atlantique

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
« Je me sens à l'aise de voyager... »

▲ indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

Atlantic Canada / Canada atlantique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=136)	Urban/Urbain (n=64)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	96%	86%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	89%	93%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	43%	47%
The United States / ... aux États-Unis	13%	20%
Internationally / ... dans d'autres pays	11%	15%

* Small base size (<100), interpret with caution.

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

Base: Atlantic Canada / Canada atlantique

To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?

"I feel safe to travel to..."

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Niveau de référence : Atlantic Canada / Canada atlantique

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?

« Je me sens à l'aise de voyager... »

2

Receptivity of Advertising

Réaction à la publicité

Comparison by Region / Comparaison par région

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+33	+47	+40	+30	+45	+60
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+25	+43	+43	+25	+40	+61
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+4	+24	+22	+14	+22	+17
From the United States / ... des États-Unis	-38	-13	-6	-28	-16	-39
From other countries / ... d'autres pays	-38	-15	-21	-31	-15	-45

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From other communities near me / ... de communautés voisines

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+33	+47	+40	+30	+45	+60
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	49%	54%	55%	44%	53%	65%
Neutral / Neutre	35%	39%	31%	41%	40%	30%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	16%	7%	14%	14%	8%	5%

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+25	+43	+43	+25	+40	+61
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	43%	52%	54%	42%	51%	67%
Neutral / Neutre	38%	39%	36%	41%	38%	27%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	18%	9%	11%	17%	11%	6%

■ Net positive / Niveau net positif

■ Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+4	+24	+22	+14	+22	+17
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	32%	40%	42%	35%	42%	38%
Neutral / Neutre	41%	43%	37%	44%	39%	41%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	27%	17%	21%	21%	20%	21%

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From the United States / ... des États-Unis

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-38	-13	-6	-28	-16	-39
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	17%	29%	34%	21%	24%	15%
Neutral / Neutre	27%	30%	26%	31%	36%	30%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	55%	42%	40%	48%	40%	54%

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From other countries / ... d'autres pays

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-38	-15	-21	-31	-15	-45
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	15%	26%	23%	18%	26%	12%
Neutral / Neutre	31%	33%	32%	33%	33%	30%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	53%	41%	44%	49%	41%	58%

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence

Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

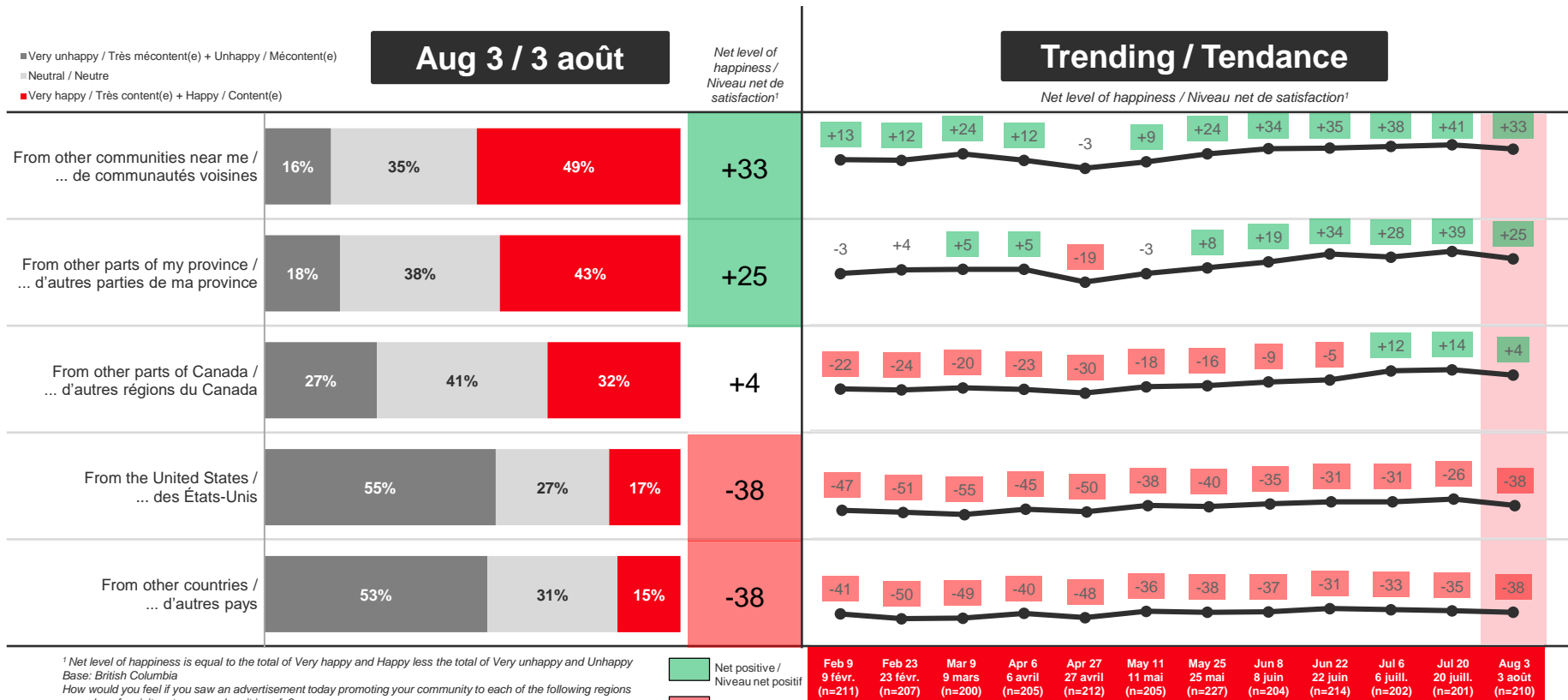
¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)

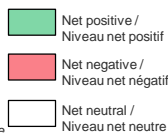
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

British Columbia / Colombie-Britannique



¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
 Base: British Columbia
 How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
 Niveau de référence : Colombie-Britannique
 Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?



British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=63)*	Urban/Urbain (n=147)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+43	+32
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+31	+24
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	0	+5
From the United States / ... des États-Unis	-44	-37
From other countries / ... d'autres pays	-45	-37

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: British Columbia

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

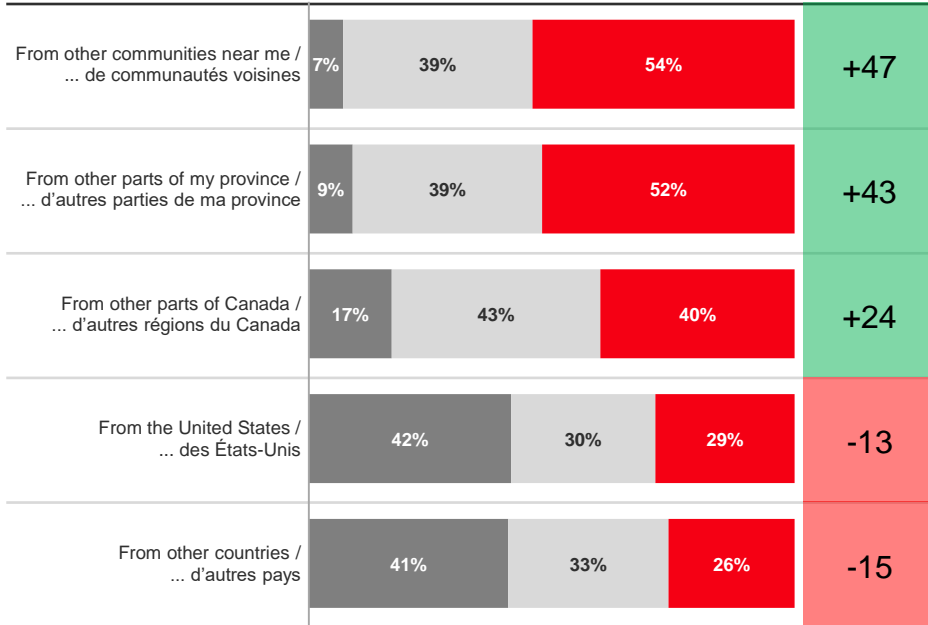
Niveau de référence : Colombie-Britannique

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

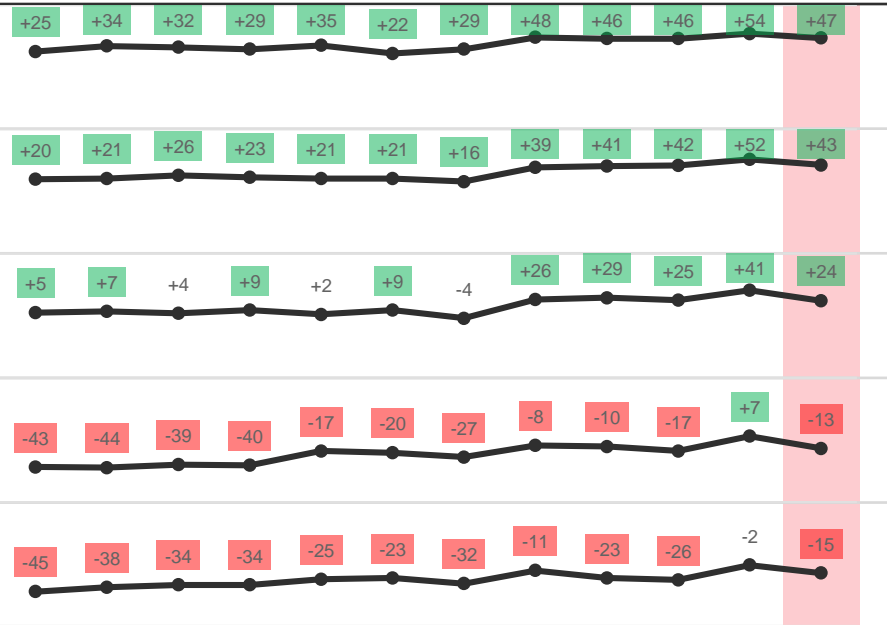
Aug 3 / 3 août

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
 Base: Alberta
 How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?
¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
 Niveau de référence : Alberta
 Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=83)*	Urban/Urbain (n=116)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+55	+44
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+52	+39
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+34	+19
From the United States / ... des États-Unis	-27	-7
From other countries / ... d'autres pays	-19	-13

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: Alberta

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Alberta

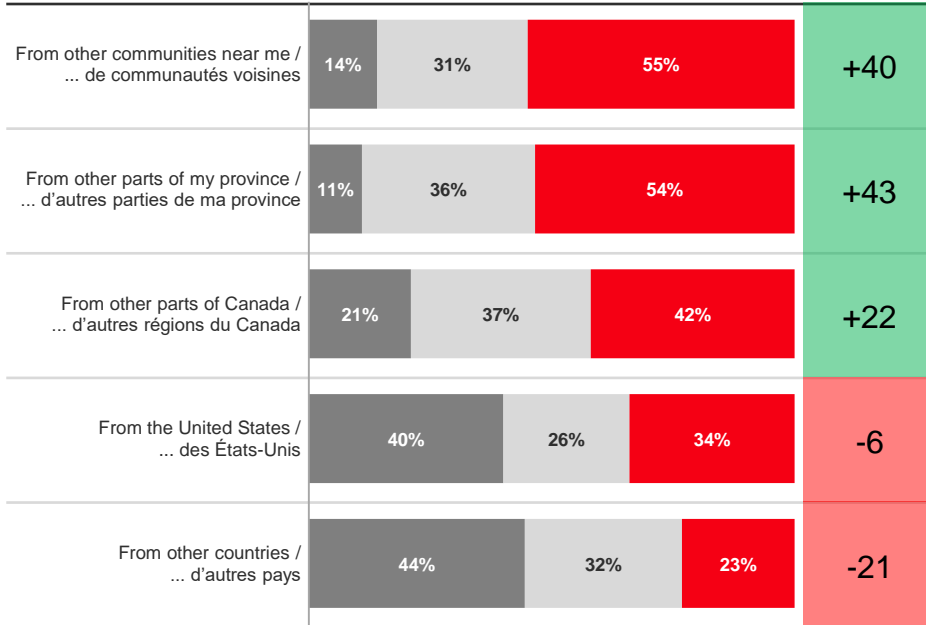
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

Saskatchewan / Manitoba

- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

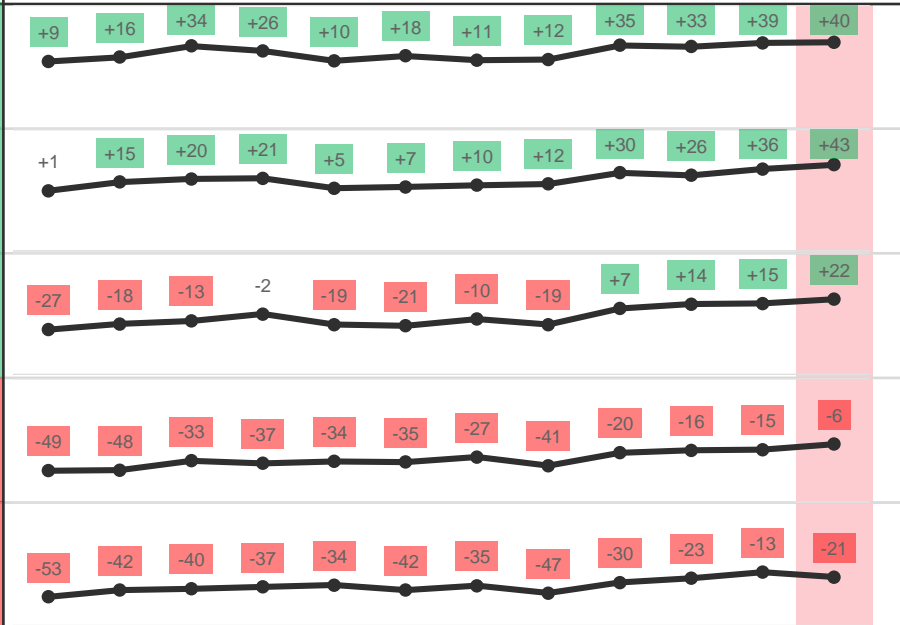
Aug 3 / 3 août

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
 Base: Saskatchewan / Manitoba
 How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
 Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba
 Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

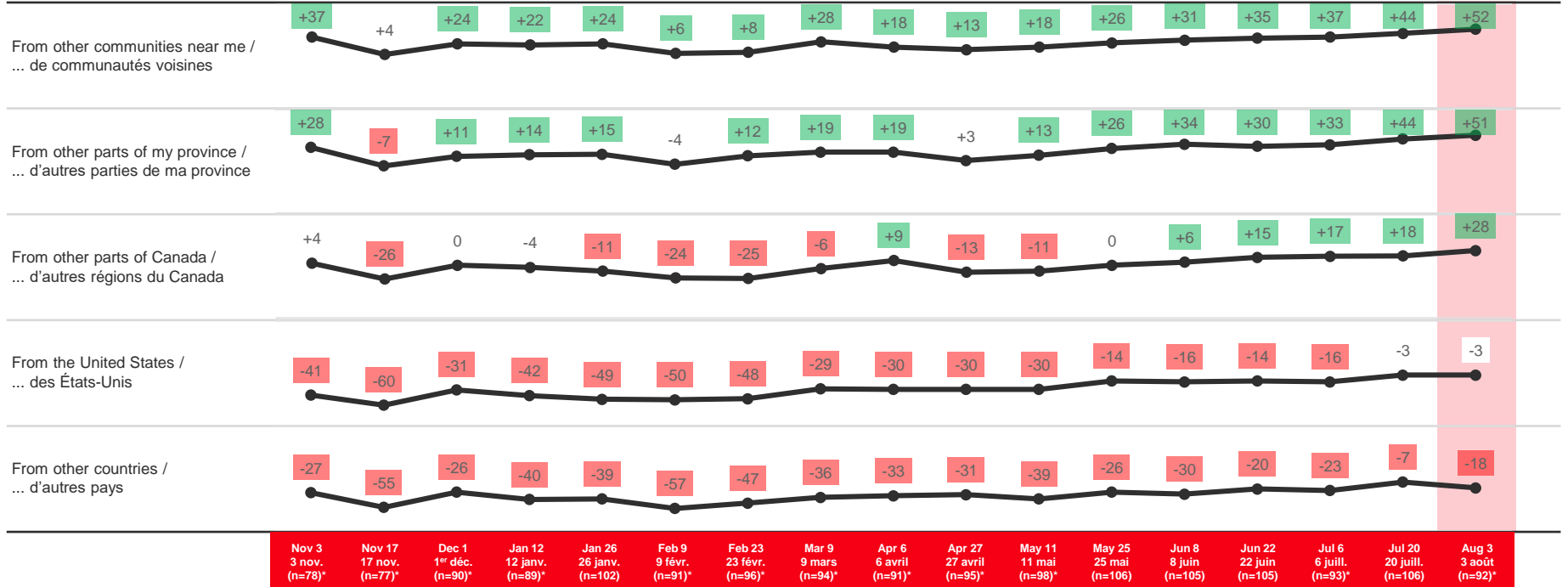
Feb 9 9 févr. (n=201) Feb 23 23 févr. (n=201) Mar 9 9 mars (n=200) Apr 6 6 avril (n=200) Apr 27 27 avril (n=201) May 11 11 mai (n=201) May 25 25 mai (n=206) Jun 8 8 juin (n=202) Jun 22 22 juin (n=200) Jul 6 6 juill. (n=201) Jul 20 20 juill. (n=201) Aug 3 3 août (n=200)

Saskatchewan

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

Net positive / Niveau net positif Net negative / Niveau net négatif Net neutral / Niveau net neutre



* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Saskatchewan

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

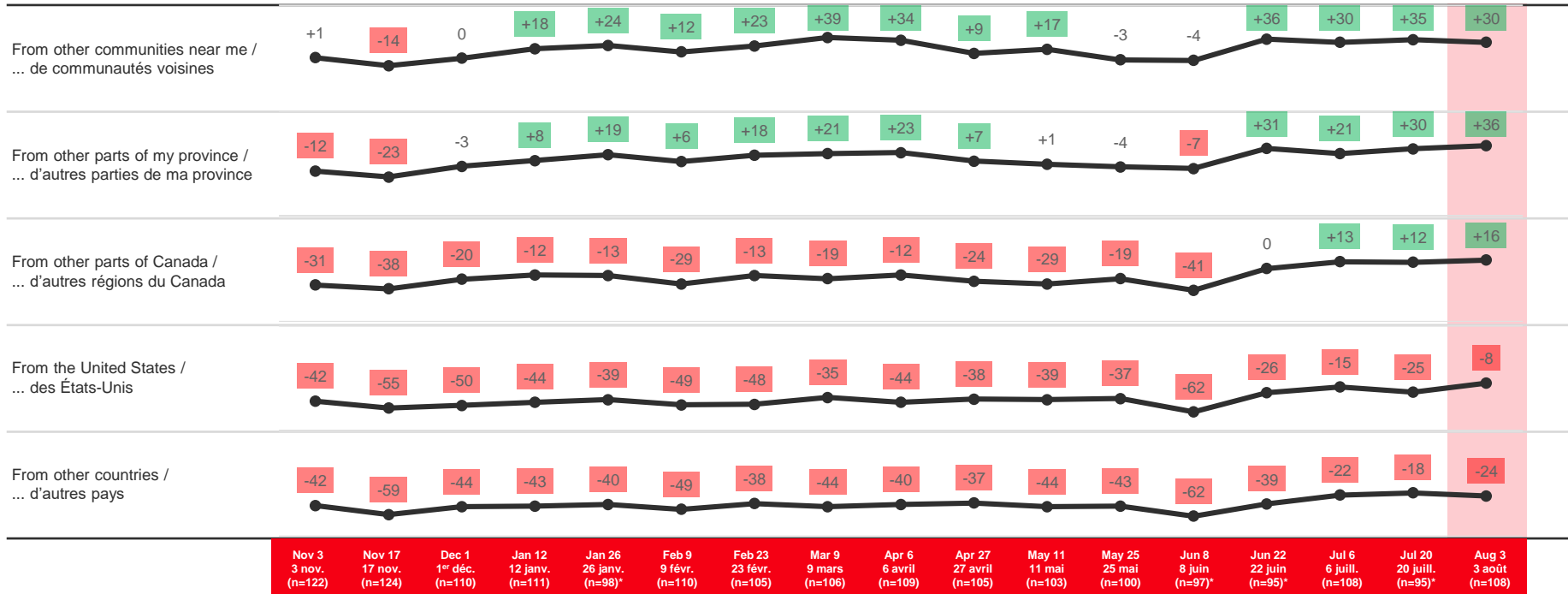
Niveau de référence : Saskatchewan

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire dans chacune des régions suivantes?

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

Net positive / Niveau net positif Net negative / Niveau net négatif Net neutral / Niveau net neutre



* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: Manitoba

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Manitoba

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire dans chacune des régions suivantes?

Saskatchewan / Manitoba – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=97)*	Urban/Urbain (n=102)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+50	+40
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+54	+44
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+33	+20
From the United States / ... des États-Unis	+7	-8
From other countries / ... d'autres pays	+4	-28

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: Saskatchewan / Manitoba

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

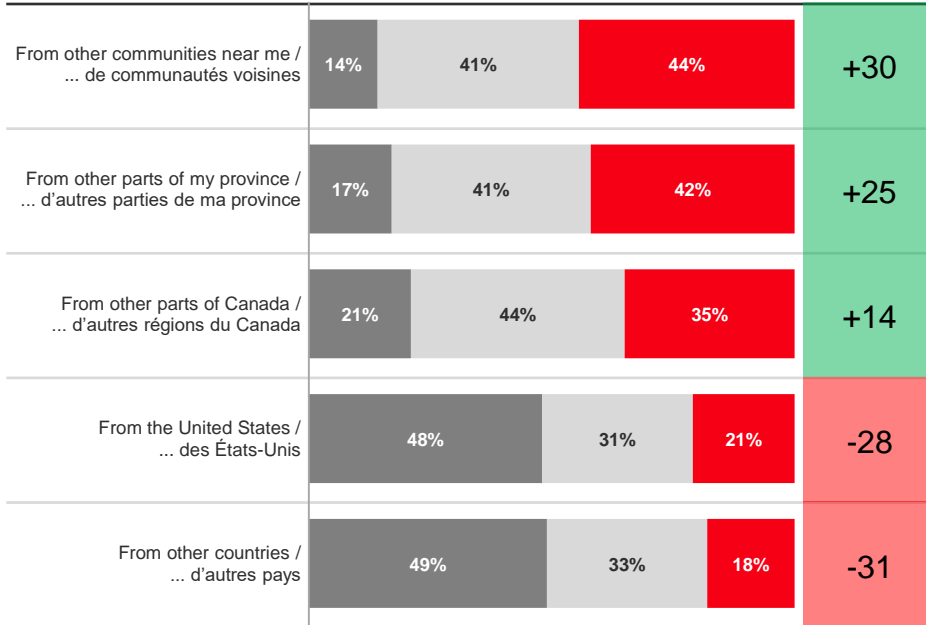
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

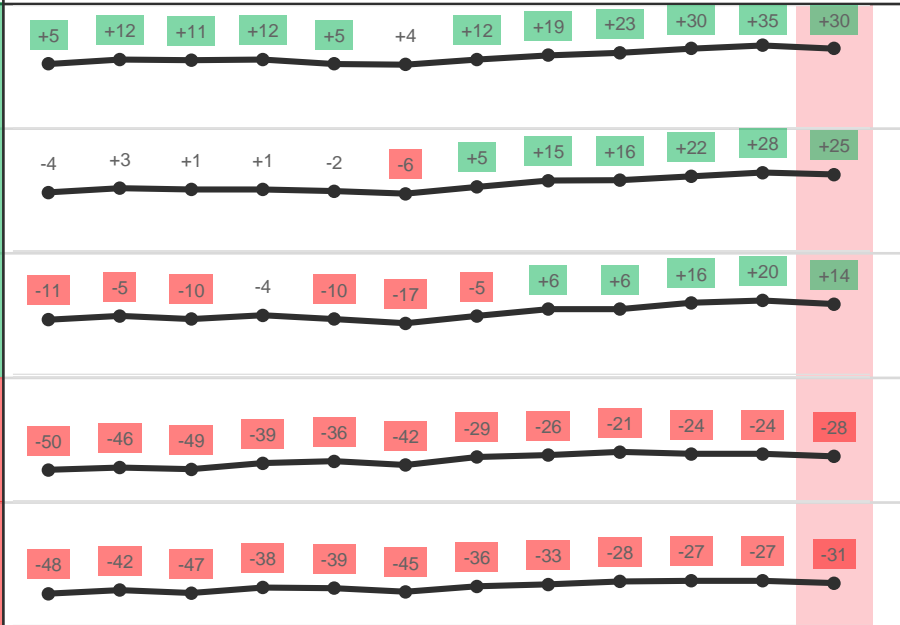
Aug 3 / 3 août

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: Ontario

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Ontario

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?


- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=73)*	Urban/Urbain (n=536)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+37	+28
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+27	+25
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+17	+13
From the United States / ... des États-Unis	-34	-28
From other countries / ... d'autres pays	-37	-30

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: Ontario

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Ontario

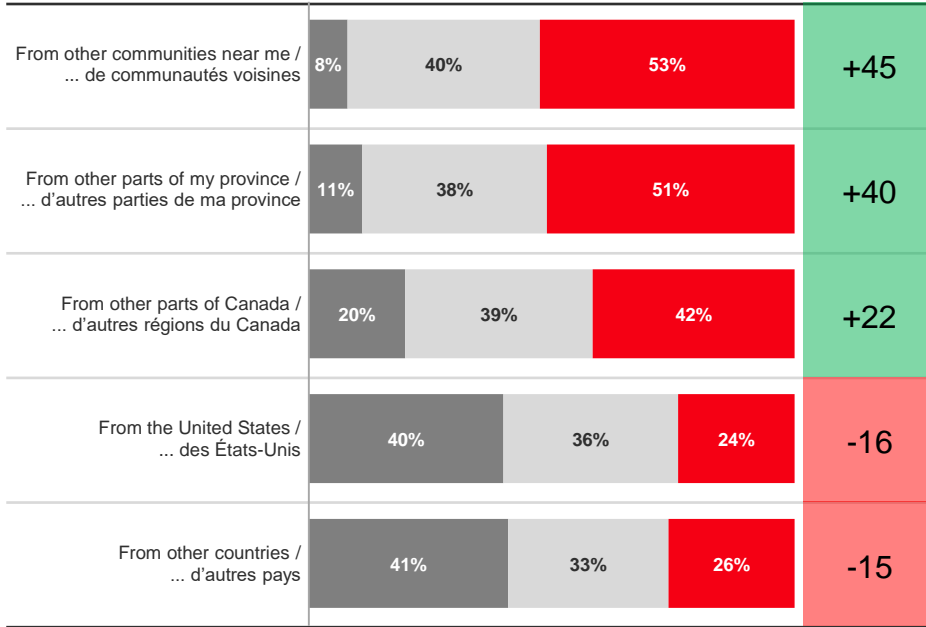
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Quebec / Québec

- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

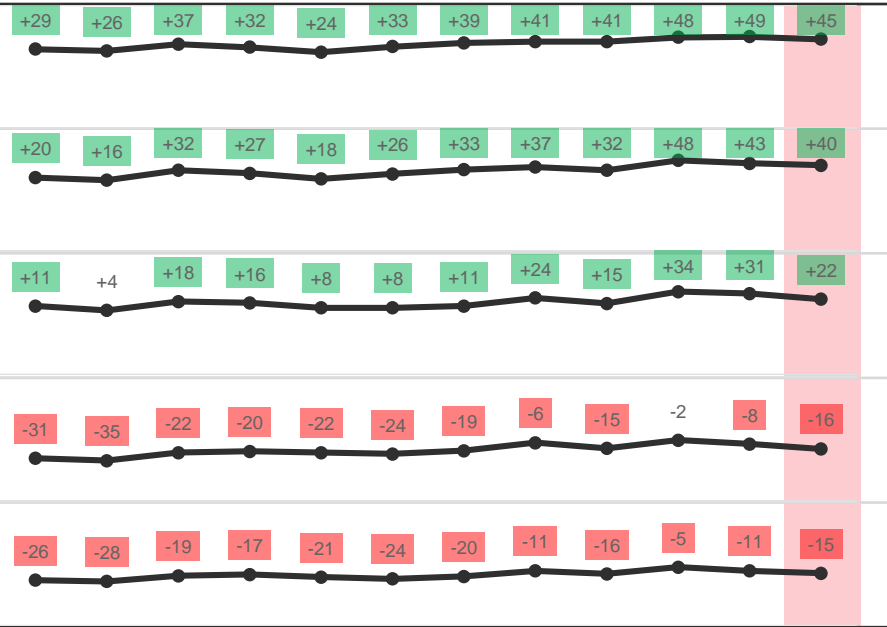
Aug 3 / 3 août

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Québec

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Québec

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=76)*	Urban/Urbain (n=328)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+42	+47
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+42	+42
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+26	+23
From the United States / ... des États-Unis	-14	-15
From other countries / ... d'autres pays	-14	-14

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: Québec

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

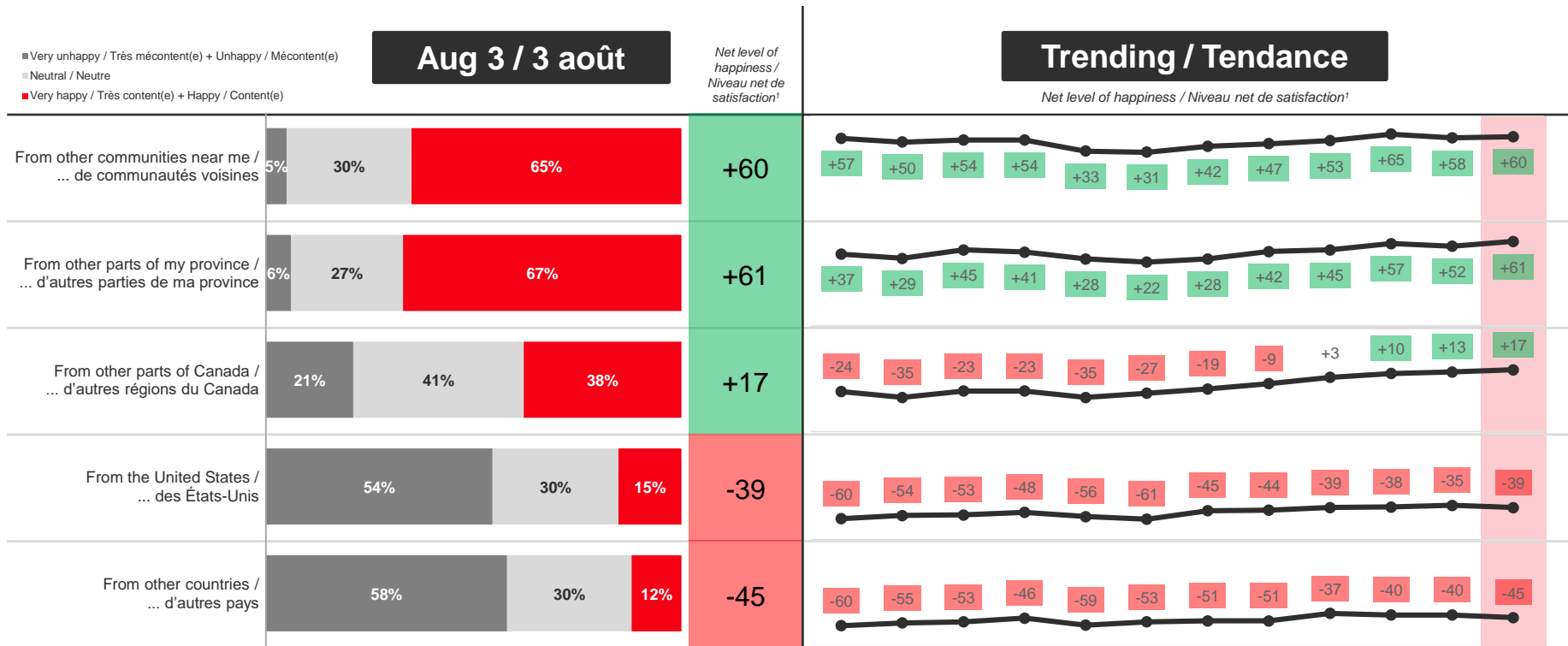
* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Québec

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique



¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
 Base: Atlantic Canada
 How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?
¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
 Niveau de référence : Canada atlantique
 Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

■ Net positive / Niveau net positif
 ■ Net negative / Niveau net négatif
 ■ Net neutral / Niveau net neutre

Atlantic Canada / Canada atlantique – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=136)	Urban/Urbain (n=64)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+67	+56
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+64	+60
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+13	+21
From the United States / ... des États-Unis	-49	-33
From other countries / ... d'autres pays	-52	-41

- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

* Small base size (<100), interpret with caution.

¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy

Base: Atlantic Canada

How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

* Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.

¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Canada atlantique

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?