

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2020-10-20



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2020-10-20"

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, 2020-10-20 »



Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
BC	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have increased significantly towards travel to other parts of the province.	■	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.
Alberta	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards nearby communities, other parts of the province, the US, and other foreign countries outside of the US.
Saskatchewan / Manitoba	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of Canada, reverting to levels seen the week prior.
Ontario	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	■	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 have increased significantly towards travel to other parts of the province. There also continues to be an upward trend for feelings of safety towards travel to nearby communities and other parts of Canada.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards all domestic regions and towards foreign countries outside of the US. Notably, promoting to nearby communities has moved from neutral to positive and promoting to other parts of the province and other parts of Canada has moved from negative to positive.
Atlantic Canada	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards, other parts of Canada, the US, and other foreign countries outside of the US.

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 augmenté en ce qui a trait aux voyages dans d'autres régions de la province.	■	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant l'ensemble des régions demeure inchangée.
Alberta	■	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.	▲	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant les collectivités voisines, d'autres régions de leur province, les États-Unis et d'autres pays que les États-Unis.
Saskatchewan / Manitoba	■	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.	▲	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant d'autres régions du Canada, revenant aux niveaux de la semaine précédente.
Ontario	■	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.	■	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant l'ensemble des régions demeure inchangée.
Québec	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté en ce qui a trait aux voyages dans d'autres régions de la province. De plus, la tendance à la hausse relative au sentiment de sécurité concernant les voyages dans des collectivités voisines et dans d'autres régions du Canada se maintient.	▲	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant toutes les régions du pays ainsi que d'autres pays que les États-Unis. Notamment, la réaction à la publicité s'adressant aux visiteurs des collectivités voisines n'est plus neutre mais positive, et la réaction à la publicité s'adressant aux visiteurs d'autres régions de la province et du pays n'est plus négative mais positive.
Canada atlantique	■	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.	▲	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant d'autres régions du Canada, les États-Unis et d'autres pays que les États-Unis.

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 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 collectivités voisines à la mienne.
- Je me sens à l'aise de voyager dans des collectivités 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 avec chacun des énoncés suivants?	Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?
<ul style="list-style-type: none">• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs de collectivités voisines.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs d'autres parties de ma province.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs d'autres régions du Canada.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs des États-Unis.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs d'autres pays que les États-Unis.	<ul style="list-style-type: none">• Publicité dirigée vers les visiteurs de collectivités voisines.• 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. 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=200)	AB/Alb. (n=202)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=202)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	80%	82%	62%	66%	59%	83%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	74%	74%	54%	50%	51%	79%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	35%	53%	27%	32%	36%	22%
The United States / ... aux États-Unis	11%	17%	8%	8%	11%	4%
Internationally / ... dans d'autres pays	7%	20%	6%	8%	12%	7%

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

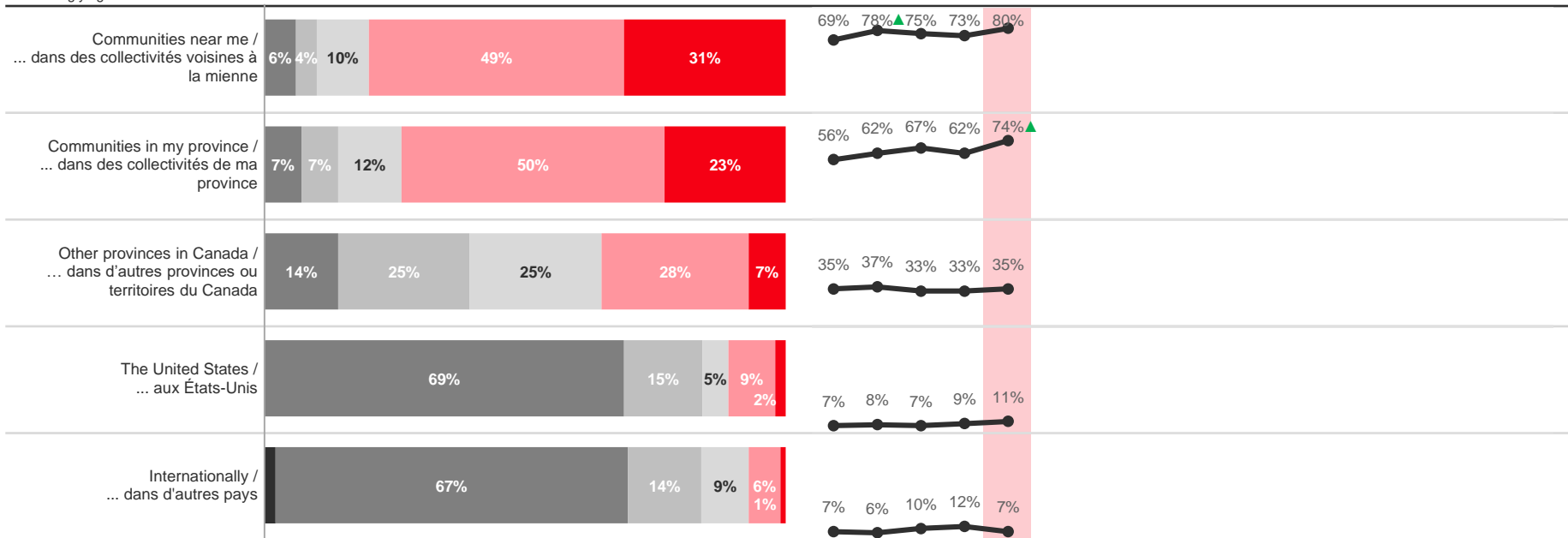
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Oct 20 / 20 oct.

Trending / Tendence

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



Sept 15 (n=204) Sept 29 (n=200) Oct 6 (n=202) Oct 13 (n=213) Oct 20 (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%)

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... »

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=67)*	Urban/Urbain (n=131)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	89%	78%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	78%	74%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	38%	35%
The United States / ... aux États-Unis	11%	11%
Internationally / ... dans d'autres pays	13%	7%

* 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

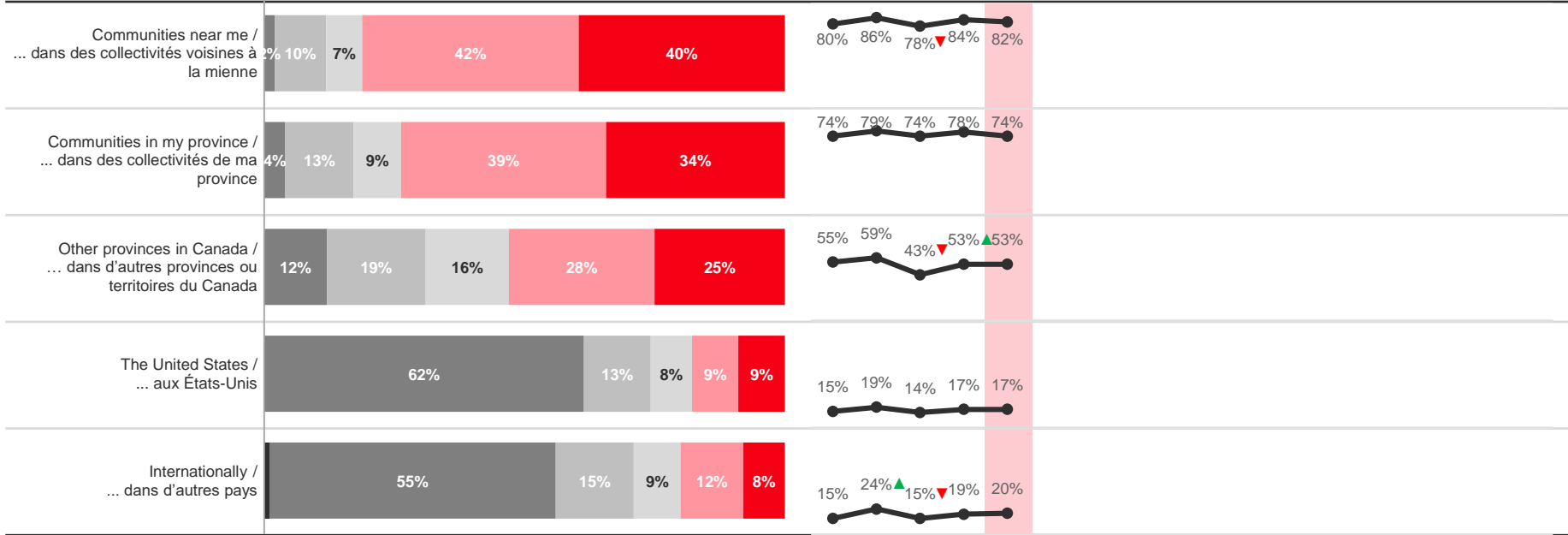
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Oct 20 / 20 oct.

Trending / Tendence

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



Sept 15 15 sept. (n=205) Sept 29 29 sept. (n=201) Oct 6 6 oct. (n=209) Oct 13 13 oct. (n=201) Oct 20 20 oct. (n=202)

▲ 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%)

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... »

Alberta

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=68)*	Urban/Urbain (n=133)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	91%	79%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	87%	70%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	69%	48%
The United States / ... aux États-Unis	31%	13%
Internationally / ... dans d'autres pays	25%	19%

* 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

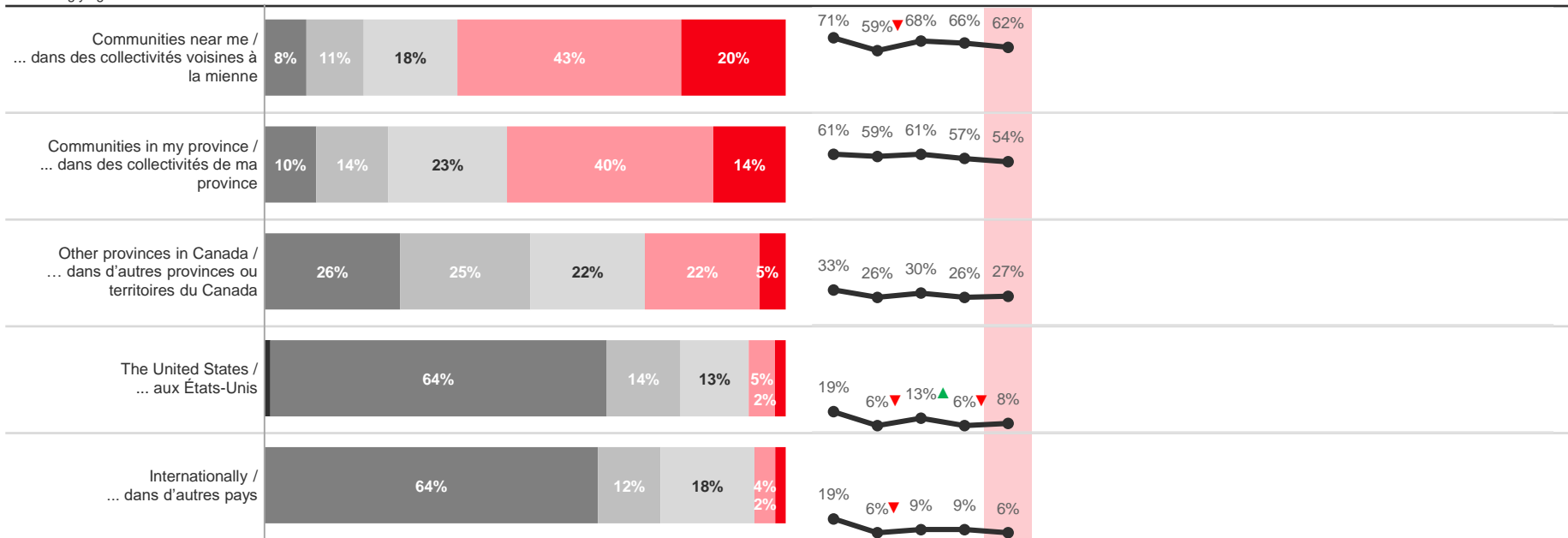
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Oct 20 / 20 oct.

Trending / Tendence

% 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... »

Sept 15 (n=210) Sept 29 (n=201) Oct 6 (n=200) Oct 13 (n=200) Oct 20 (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%)

Saskatchewan / Manitoba

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=80)*	Urban/Urbain (n=119)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	71%	60%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	59%	51%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	34%	25%
The United States / ... aux États-Unis	11%	7%
Internationally / ... dans d'autres pays	0%	8%

* 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

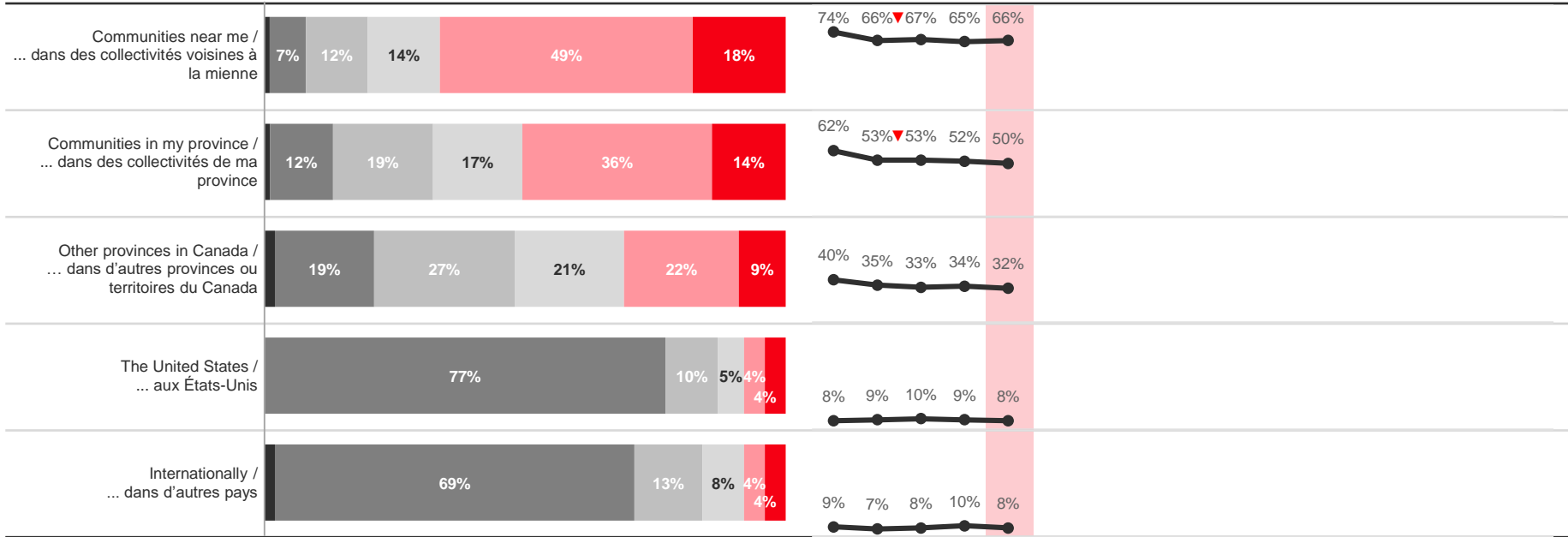
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Oct 20 / 20 oct.

Trending / Tendence

% 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... »

Sept 15 (n=601) Sept 29 (n=611) Oct 6 (n=602) Oct 13 (n=611) Oct 20 (n=602)

▲ 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=89)*	Urban/Urbain (n=507)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	68%	66%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	41%	52%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	27%	32%
The United States / ... aux États-Unis	8%	9%
Internationally / ... dans d'autres pays	4%	9%

* 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

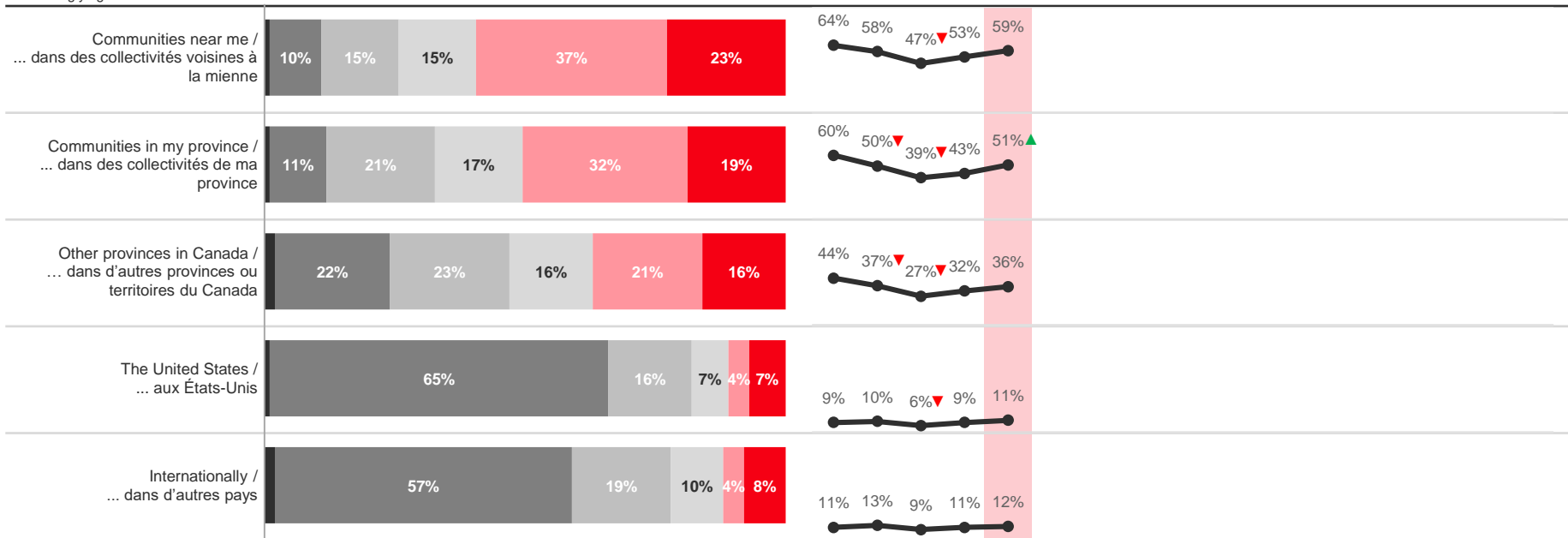
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Oct 20 / 20 oct.

Trending / Tendence

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



Sept 15 15 sept. (n=420) Sept 29 29 sept. (n=402) Oct 6 6 oct. (n=412) Oct 13 13 oct. (n=415) Oct 20 20 oct. (n=409)

▲ 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 %)

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... »



Quebec / Québec

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=77)*	Urban/Urbain (n=323)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	53%	61%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	40%	53%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	30%	38%
The United States / ... aux États-Unis	13%	11%
Internationally / ... dans d'autres pays	16%	11%

* 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

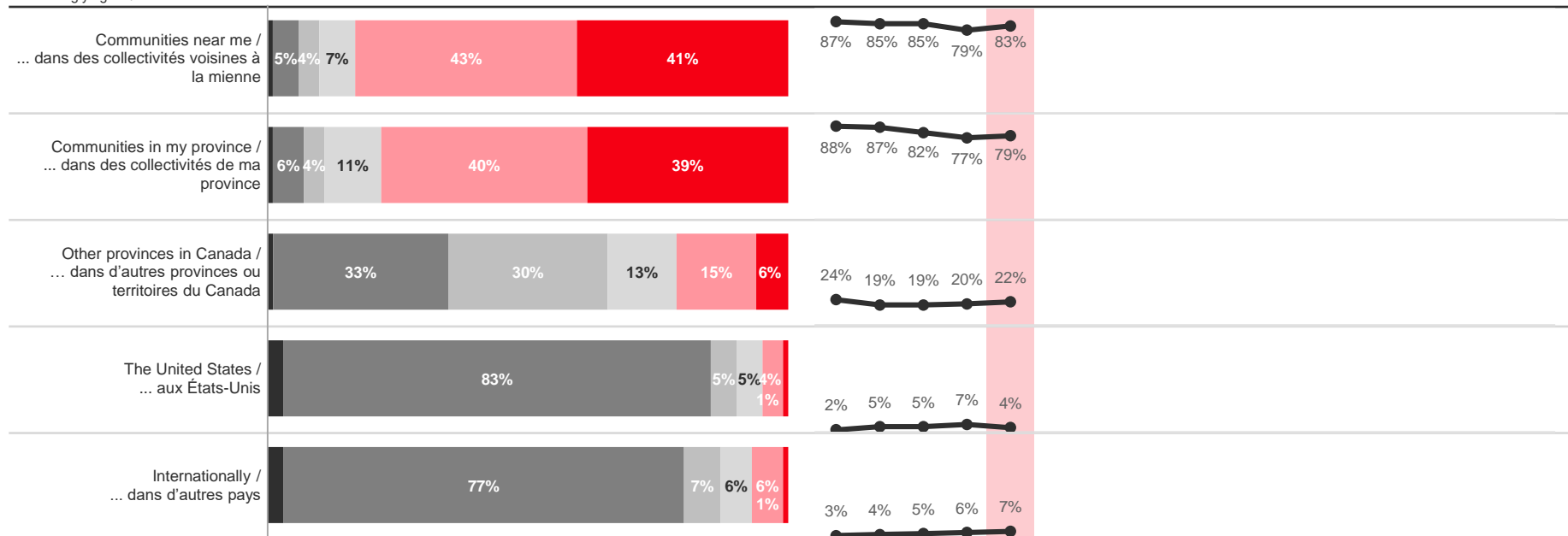
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Oct 20 / 20 oct.

Trending / Tendence

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



Sept 15 (n=200) Sept 29 (n=200) Oct 6 (n=202) Oct 13 (n=200) Oct 20 (n=202)

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=94)*	Urban/Urbain (n=107)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	80%	88%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	77%	83%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	24%	21%
The United States / ... aux États-Unis	2%	5%
Internationally / ... dans d'autres pays	4%	9%

* 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=200)	AB/Alb. (n=202)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=202)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+26	+41	+14	-3	+23	+45
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+17	+30	+6	-12	+22	+41
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-17	+3	-20	-20	+9	-27
From the United States / ... des États-Unis	-65	-41	-58	-61	-41	-64
From other countries / ... d'autres pays	-64	-28	-55	-56	-31	-56

- 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 collectivité 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 collectivités voisines

	BC/C.-B. (n=200)	AB/Alb. (n=202)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+26	+41	+14	-3	+23	+45
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	44%	52%	31%	26%	43%	54%
Neutral / Neutre	37%	37%	52%	46%	36%	37%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	19%	11%	17%	28%	21%	9%

 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 collectivité 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=200)	AB/Alb. (n=202)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+17	+30	+6	-12	+22	+41
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	38%	45%	26%	22%	43%	51%
Neutral / Neutre	40%	41%	53%	44%	35%	39%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	21%	15%	21%	34%	22%	10%

■ 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 collectivité 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=200)	AB/Alb. (n=202)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-17	+3	-20	-20	+9	-27
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	20%	34%	19%	19%	35%	21%
Neutral / Neutre	43%	35%	43%	42%	40%	31%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	37%	31%	38%	39%	25%	48%

- 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 collectivité 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=200)	AB/Alb. (n=202)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-65	-41	-58	-61	-41	-64
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	8%	19%	9%	9%	17%	8%
Neutral / Neutre	20%	21%	24%	21%	26%	21%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	73%	60%	67%	70%	57%	72%

- 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 collectivité 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=200)	AB/Alb. (n=202)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-64	-28	-55	-56	-31	-56
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	6%	23%	10%	9%	19%	11%
Neutral / Neutre	23%	26%	25%	26%	30%	22%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	70%	51%	65%	65%	51%	67%

- 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 %)

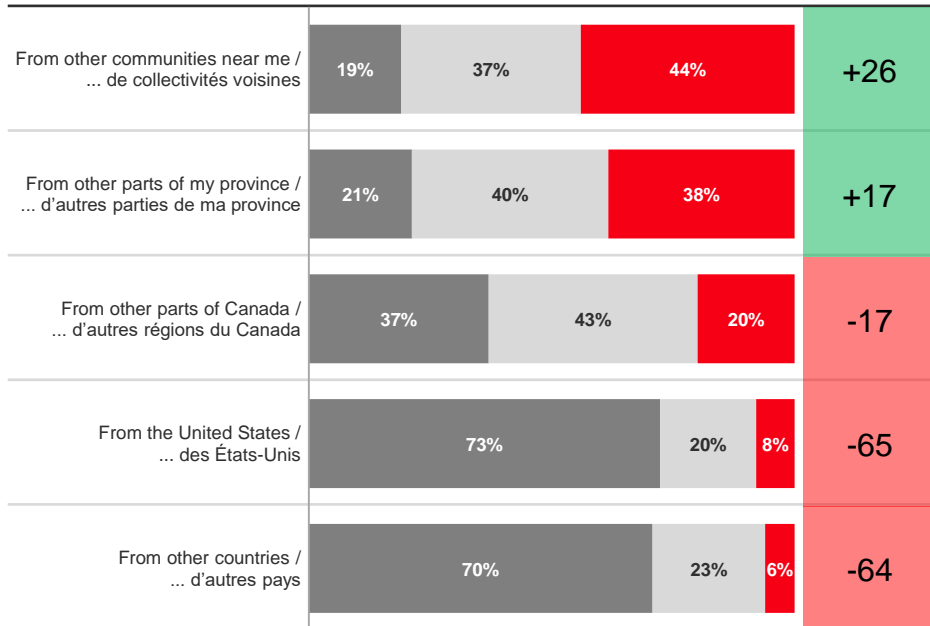
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

British Columbia / Colombie-Britannique

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

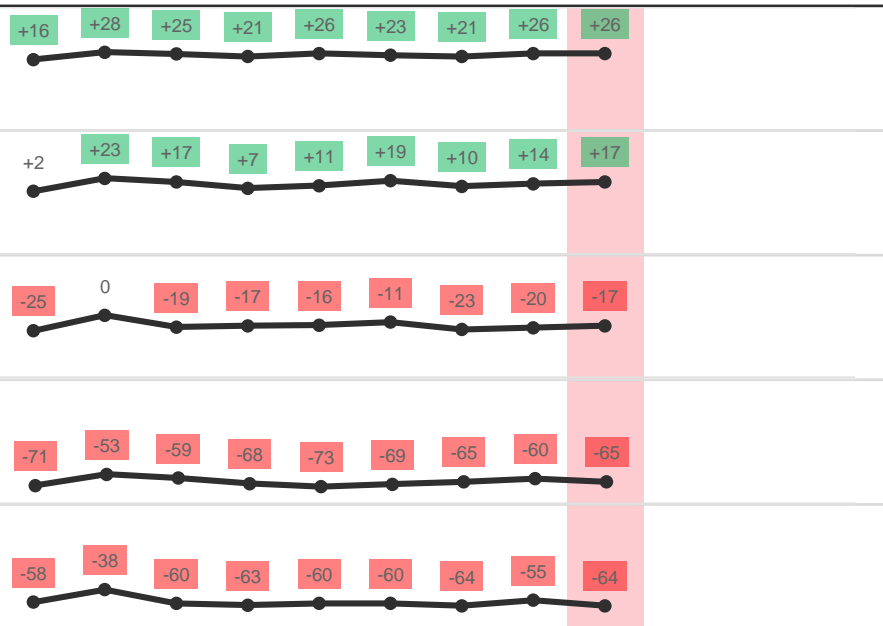
Oct 20 / 20 oct.

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: 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 collectivité 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

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=67)*	Urban/Urbain (n=131)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+15	+27
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+3	+21
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-31	-13
From the United States / ... des États-Unis	-73	-62
From other countries / ... d'autres pays	-67	-63

- 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 ».

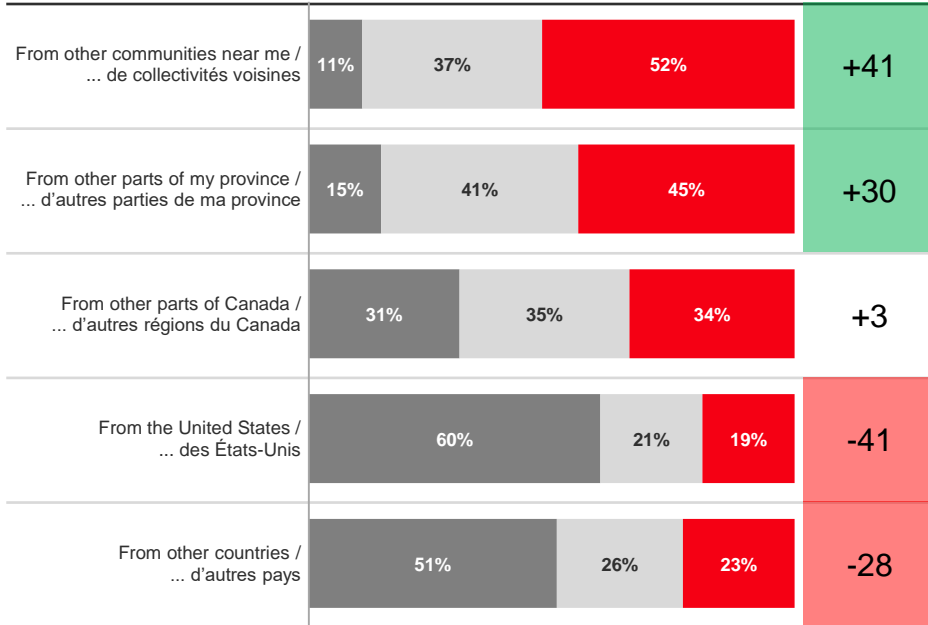
Niveau de référence : Colombie-Britannique

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité 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)

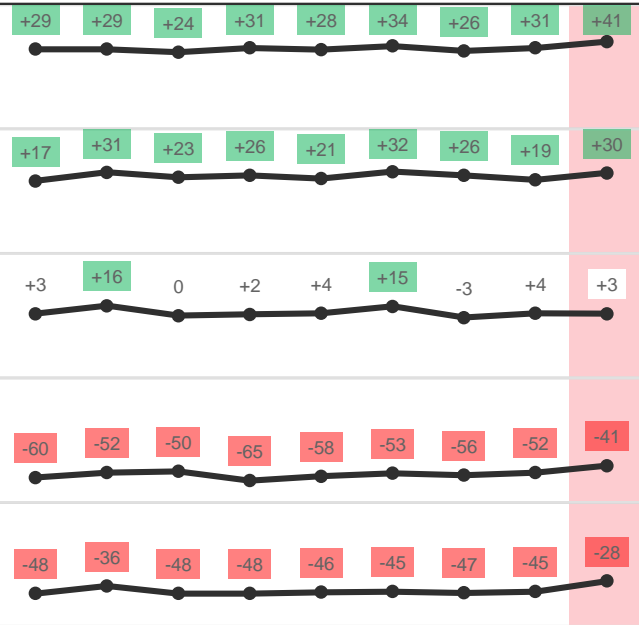
Oct 20 / 20 oct.

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 collectivité 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=68)*	Urban/Urbain (n=133)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+36	+43
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+31	+30
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-5	+6
From the United States / ... des États-Unis	-26	-46
From other countries / ... d'autres pays	-22	-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: 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 collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Saskatchewan / Manitoba

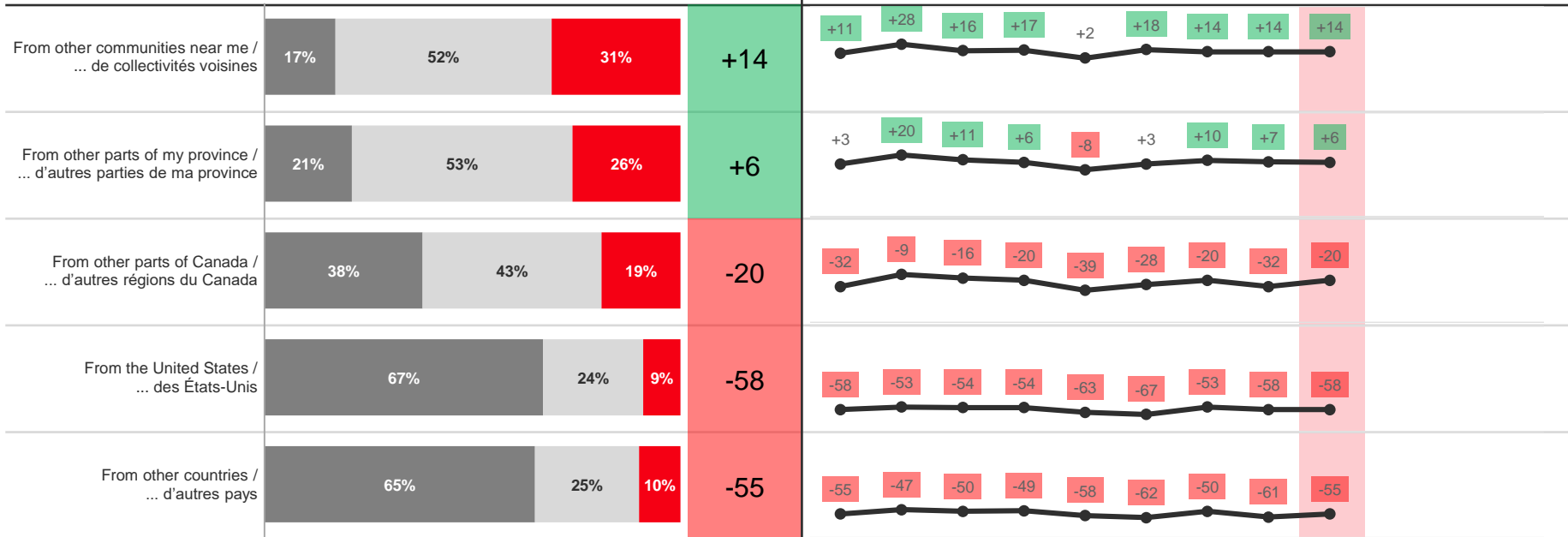
- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

Oct 20 / 20 oct.

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 collectivité 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

Jul 28 28 juill. (n=200)	Aug 4 4 août (n=200)	Aug 11 11 août (n=200)	Aug 18 18 août (n=200)	Aug 25 25 août (n=200)	Sept 1 1 ^{er} sept. (n=202)	Sept 15 15 sept. (n=210)	Oct 6 6 oct. (n=200)	Oct 20 20 oct. (n=200)
--------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	--	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

Saskatchewan / Manitoba – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=80)*	Urban/Urbain (n=119)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+11	+14
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+4	+7
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-36	-16
From the United States / ... des États-Unis	-59	-58
From other countries / ... d'autres pays	-70	-53

 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

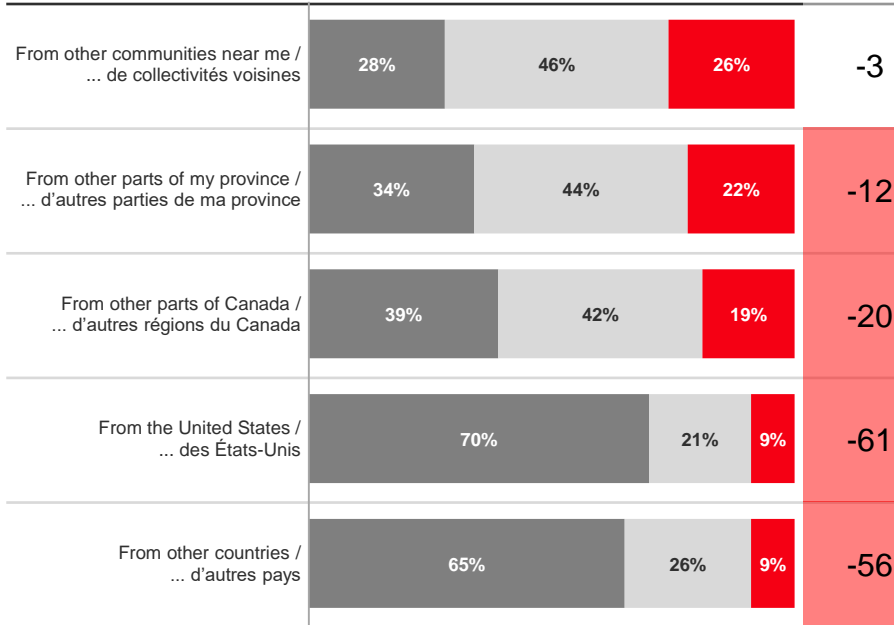
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

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

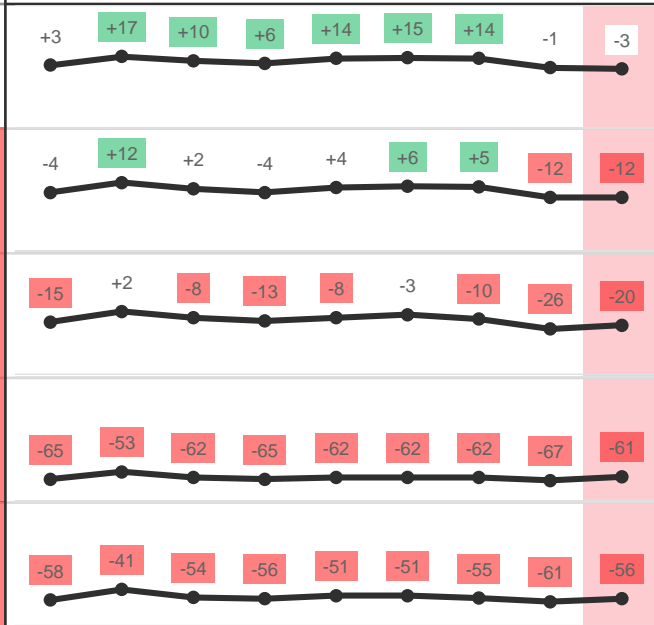
Oct 20 / 20 oct.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendence

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 collectivité 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

Jul 28 28 juill. (n=602)	Aug 4 4 août (n=611)	Aug 11 11 août (n=607)	Aug 18 18 août (n=602)	Aug 25 25 août (n=603)	Sept 1 1 ^{er} sept. (n=609)	Sept 15 15 sept. (n=601)	Oct 6 6 oct. (n=602)	Oct 20 20 oct. (n=602)
--------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	--	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=89)*	Urban/Urbain (n=507)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	-11	-1
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	-23	-10
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-31	-18
From the United States / ... des États-Unis	-76	-58
From other countries / ... d'autres pays	-71	-53

 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 très contents et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

Niveau de référence : Ontario

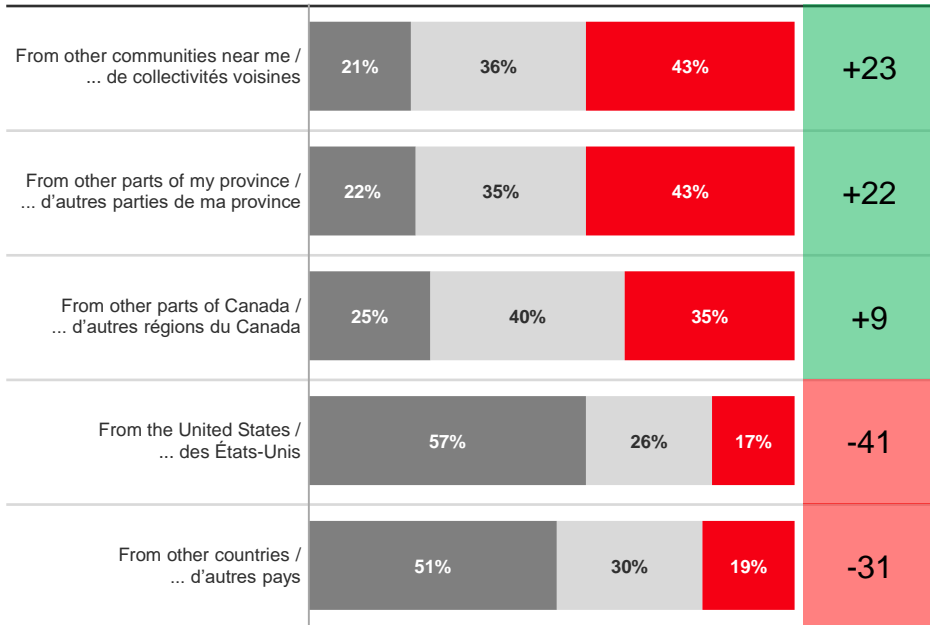
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

Quebec / Québec

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

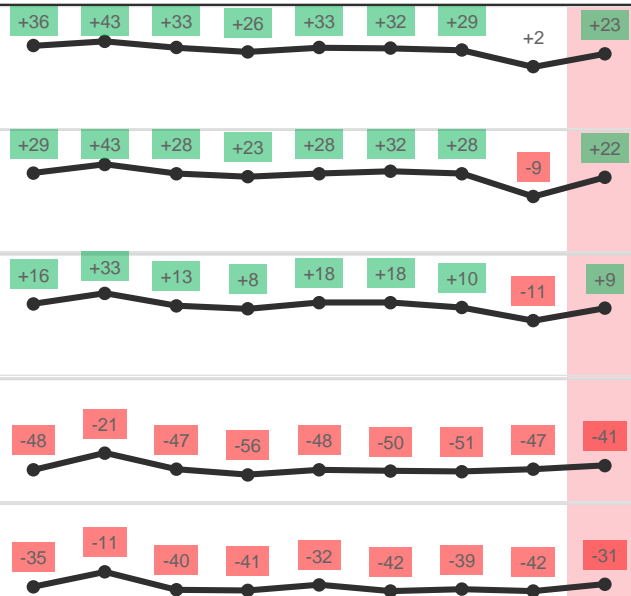
Oct 20 / 20 oct.

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 collectivité 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

Jul 28 28 juill. (n=412)	Aug 4 4 août (n=401)	Aug 11 11 août (n=405)	Aug 18 18 août (n=406)	Aug 25 25 août (n=411)	Sept 1 1 ^{er} sept. (n=408)	Sept 15 15 sept. (n=420)	Oct 6 6 oct. (n=412)	Oct 20 20 oct. (n=409)
--------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	--	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=77)*	Urban/Urbain (n=323)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+24	+23
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+21	+22
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+9	+10
From the United States / ... des États-Unis	-35	-42
From other countries / ... d'autres pays	-36	-31

 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

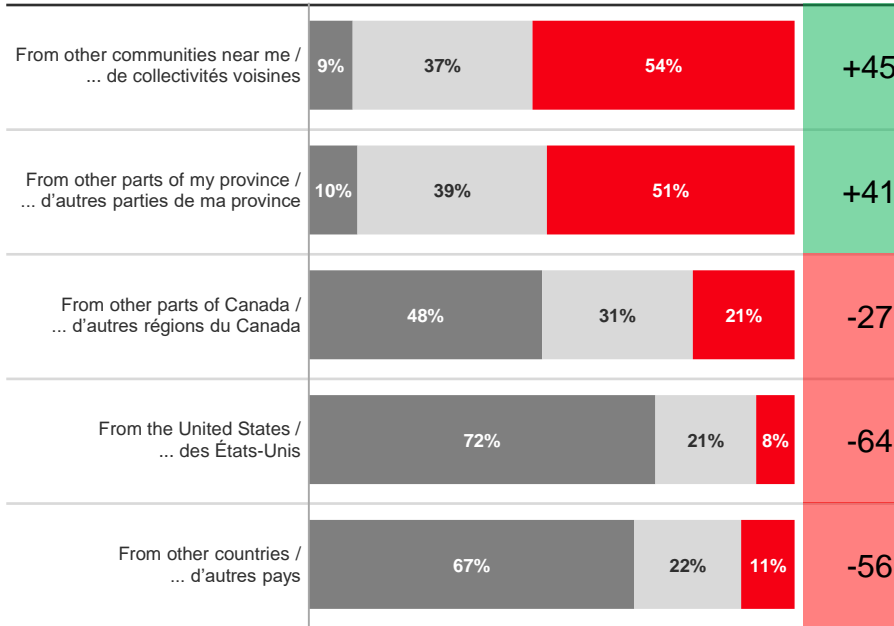
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique

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

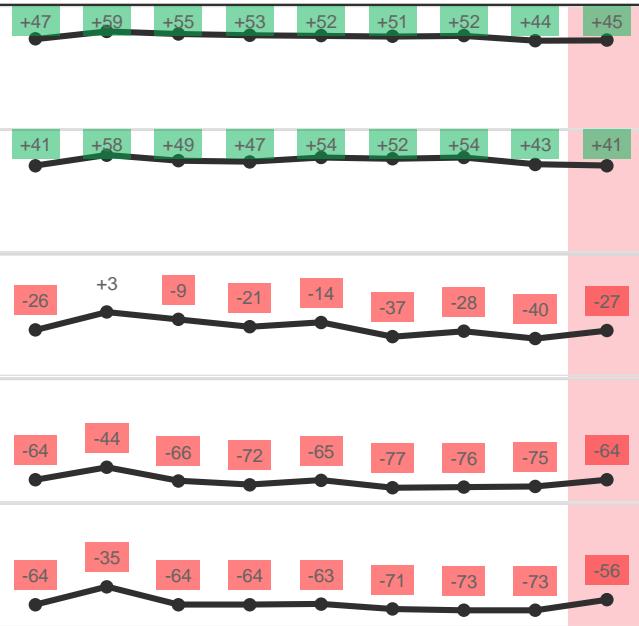
Oct 20 / 20 oct.

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: 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 collectivité 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

Jul 28 28 juill. (n=201) Aug 4 4 août (n=202) Aug 11 11 août (n=202) Aug 18 18 août (n=203) Aug 25 25 août (n=203) Sept 1 1^{er} sept. (n=200) Sept 15 15 sept. (n=200) Oct 6 6 oct. (n=202) Oct 20 20 oct. (n=202)

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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=94)*	Urban/Urbain (n=107)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+35	+51
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+32	+46
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-24	-31
From the United States / ... des États-Unis	-53	-72
From other countries / ... d'autres pays	-56	-58

-  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 collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?