

# Resident Sentiment / Opinion des résidents

2021-05-25



Destination Canada provides permission to use this data.  
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2021-05-25"

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, 2021-05-25 »

# Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
<b>BC</b>	—	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 all in-province destinations. Notably, promoting to other parts of the province has moved from neutral to positive.
<b>Alberta</b>	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards the US. However, feelings of safety have trended upwards over the past 2 weeks for in-province destinations.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards other parts of Canada. This metric has been fluctuating between positive and neutral since the end of January.
<b>Saskatchewan</b>	—	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 nearly all destinations. Notably, promoting to other parts of Canada has moved from negative to neutral.
<b>Manitoba</b>	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly increased towards other parts of Canada, the US and international destinations (outside of the US).	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards nearby communities. Notably, promoting to nearby communities has moved from positive to neutral. Promoting to all in-province destinations has been trending downwards since the end of April.
<b>Ontario</b>	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable. However, feelings of safety have been trending upwards over the past 4 weeks for in-province destinations.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards nearly all destinations. Notably, promoting to nearby communities has moved from neutral to positive and promoting to other parts of the province has moved from negative to positive.
<b>Quebec</b>	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable. However, feelings of safety have generally been trending upwards over the past 4 weeks for all domestic destinations.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.
<b>Atlantic Canada</b>	—	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 and the US.

\* 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	
<b>Colombie-Britannique</b>	■	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 dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs communautés ciblant l'ensemble des régions de la province. Notamment, l'opinion sur la publicité dirigée vers d'autres parties de la province est passée de neutre à positive.
<b>Alberta</b>	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager aux États-Unis. Toutefois, le sentiment de sécurité est à la hausse pour les voyages dans l'ensemble des destinations de la province depuis les deux dernières semaines.	▼	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 leurs communautés ciblant d'autres régions du pays. Cette mesure fluctue entre une opinion positive et neutre depuis la fin du mois de janvier.
<b>Saskatchewan</b>	■	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 dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs communautés, quelle que soit la région ciblée. L'opinion sur la publicité dirigée vers d'autres parties du pays est passée de négative à neutre.
<b>Manitoba</b>	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager dans d'autres régions du Canada, aux États-Unis et 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 les communautés voisines. Notamment, l'opinion sur la publicité dirigée vers les communautés voisines est passée de positive à neutre. Par ailleurs, les tendances sont à la baisse depuis la fin du mois d'avril pour la publicité dirigée vers l'ensemble des régions de la province.
<b>Ontario</b>	■	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. Toutefois, le sentiment de sécurité est à la hausse pour les voyages dans l'ensemble des destinations de la province depuis les quatre dernières semaines.	▲	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 leurs communautés, quelle que soit la région ciblée. Notamment, l'opinion sur la publicité dirigée vers les communautés voisines est passée de neutre à positive et celle sur la publicité dirigée vers d'autres parties de la province est passée de négative à positive.
<b>Québec</b>	■	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. Toutefois, le sentiment de sécurité est à la hausse pour ce qui est des voyages dans l'ensemble des destinations du pays depuis les quatre dernières semaines.	■	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.
<b>Canada atlantique</b>	■	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 dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs communautés ciblant les visiteurs de communautés voisines et des États-Unis.

\* 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 15<sup>th</sup>, 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"><li>• I would welcome visitors travelling to my community from other communities near me</li><li>• I would welcome visitors travelling to my community from other parts of my province</li><li>• I would welcome visitors travelling to my community from other parts of Canada</li><li>• I would welcome visitors travelling to my community from the United States</li><li>• I would welcome visitors travelling to my community from other countries (outside of the United States)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Advertising directed towards visitors from other communities near me</li><li>• Advertising directed towards visitors from other parts of my province</li><li>• Advertising directed towards visitors from other parts of Canada</li><li>• Advertising directed towards visitors from the United States</li><li>• Advertising directed towards visitors from other countries</li></ul>

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=227)	AB/Alb. (n=222)	SK/MB Sask./Man. (n=206)	ON/Ont. (n=637)	QC/Qc (n=427)	ATL (n=205)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	80%	84%	67%	73%	74%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	59%	71%	59%	65%	72%	70%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	35%	53%	42%	43%	43%	26%
The United States / ... aux États-Unis	18%	25%	28%	24%	26%	12%
Internationally / ... dans d'autres pays	15%	21%	25%	20%	22%	11%

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

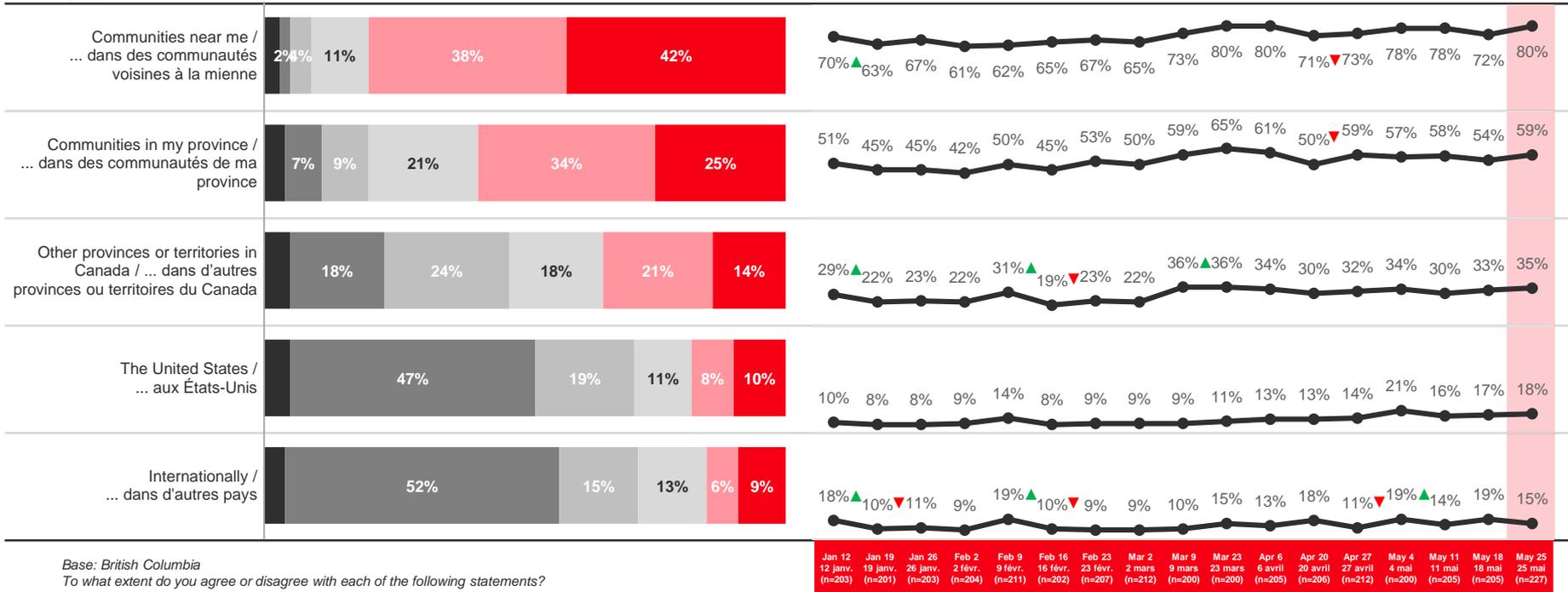
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

May 25 / 25 mai

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... »

▲ 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=56)*	Urban/Urbain (n=170)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	88%	79%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	71%	58%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	37%	35%
The United States / ... aux États-Unis	21%	18%
Internationally / ... dans d'autres pays	20%	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: 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

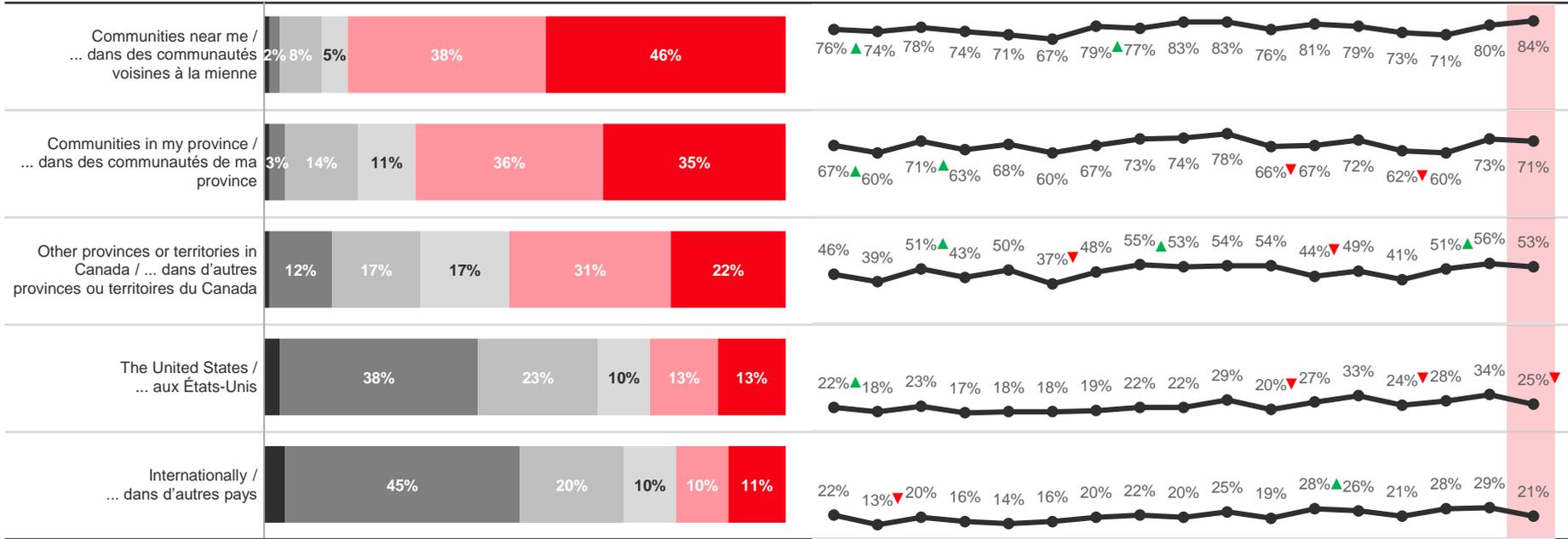
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

May 25 / 25 mai

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... »

Jan 12	Jan 19	Jan 26	Feb 2	Feb 9	Feb 16	Feb 23	Mar 2	Mar 9	Mar 23	Apr 6	Apr 20	Apr 27	May 4	May 11	May 18	May 25
(n=200)	(n=204)	(n=201)	(n=213)	(n=206)	(n=203)	(n=204)	(n=207)	(n=207)	(n=201)	(n=206)	(n=202)	(n=201)	(n=200)	(n=203)	(n=200)	(n=222)

▲ 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=90)*	Urban/Urbain (n=131)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	84%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	75%	69%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	52%	53%
The United States / ... aux États-Unis	19%	29%
Internationally / ... dans d'autres pays	14%	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: 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

May 25 / 25 mai

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%)

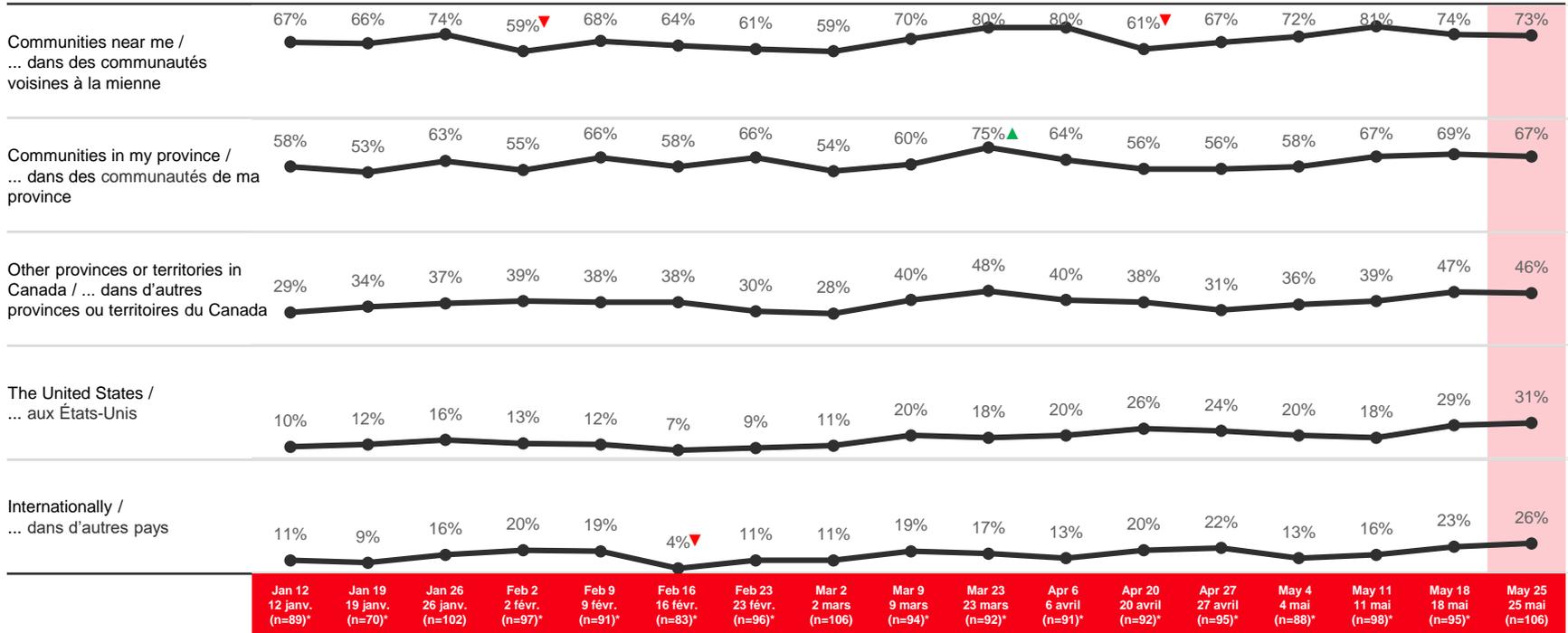


# Saskatchewan

*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%)

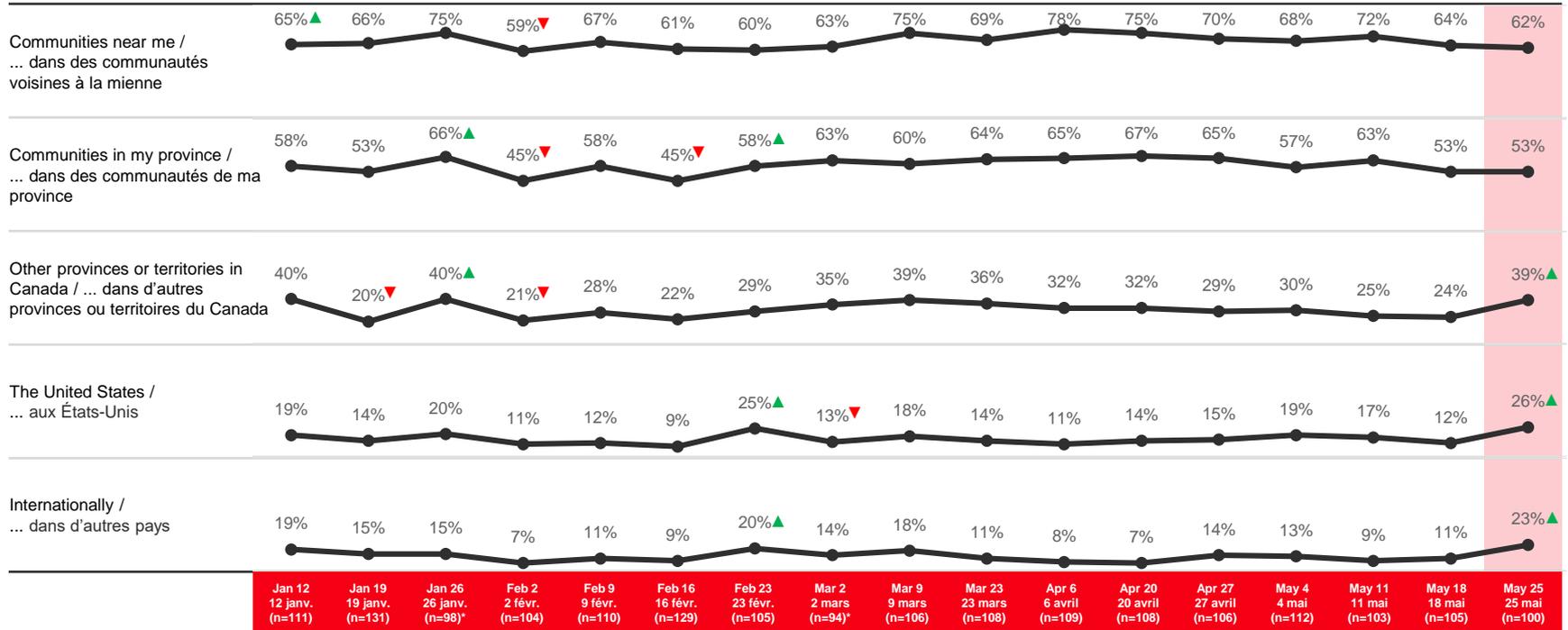


# Manitoba

## 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 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=96)*	Urban/Urbain (n=109)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	83%	62%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	66%	57%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	41%	42%
The United States / ... aux États-Unis	33%	27%
Internationally / ... dans d'autres pays	27%	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: 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

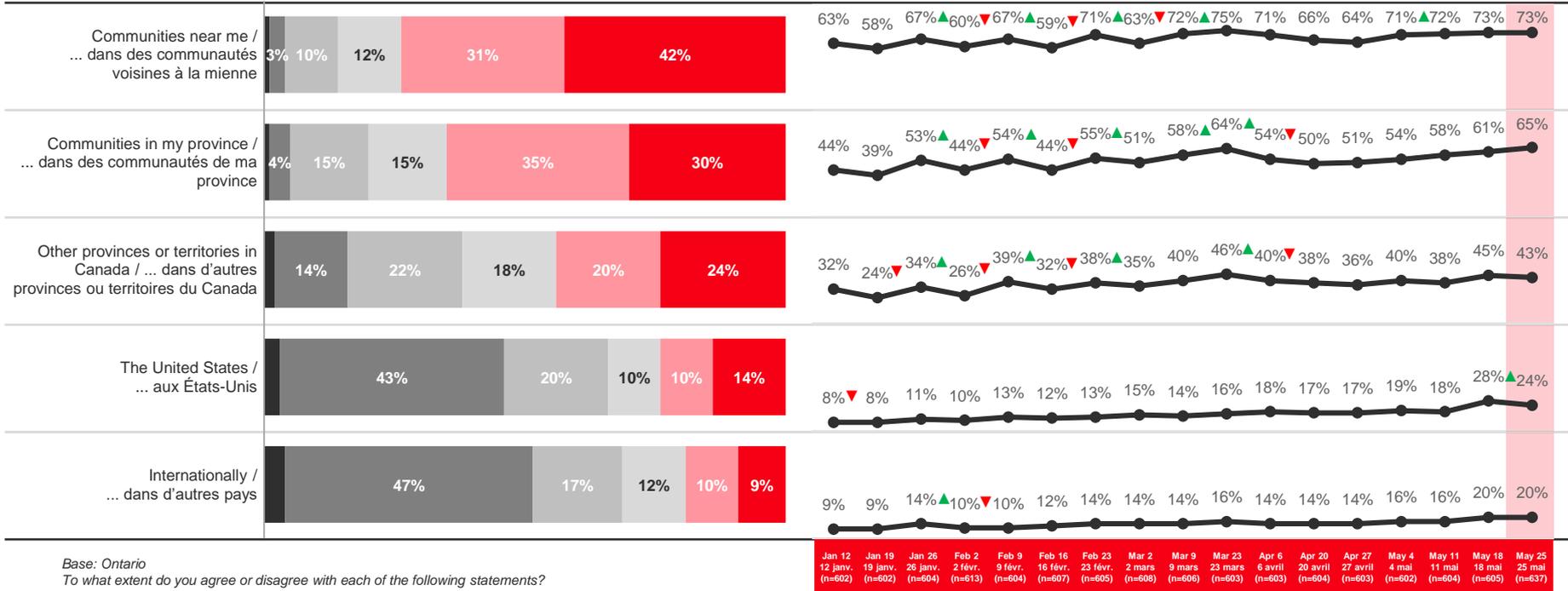
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

May 25 / 25 mai

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... »

▲ 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=94)*	Urban/Urbain (n=535)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	77%	72%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	61%	65%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	38%	44%
The United States / ... aux États-Unis	20%	25%
Internationally / ... dans d'autres pays	12%	21%

\* 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

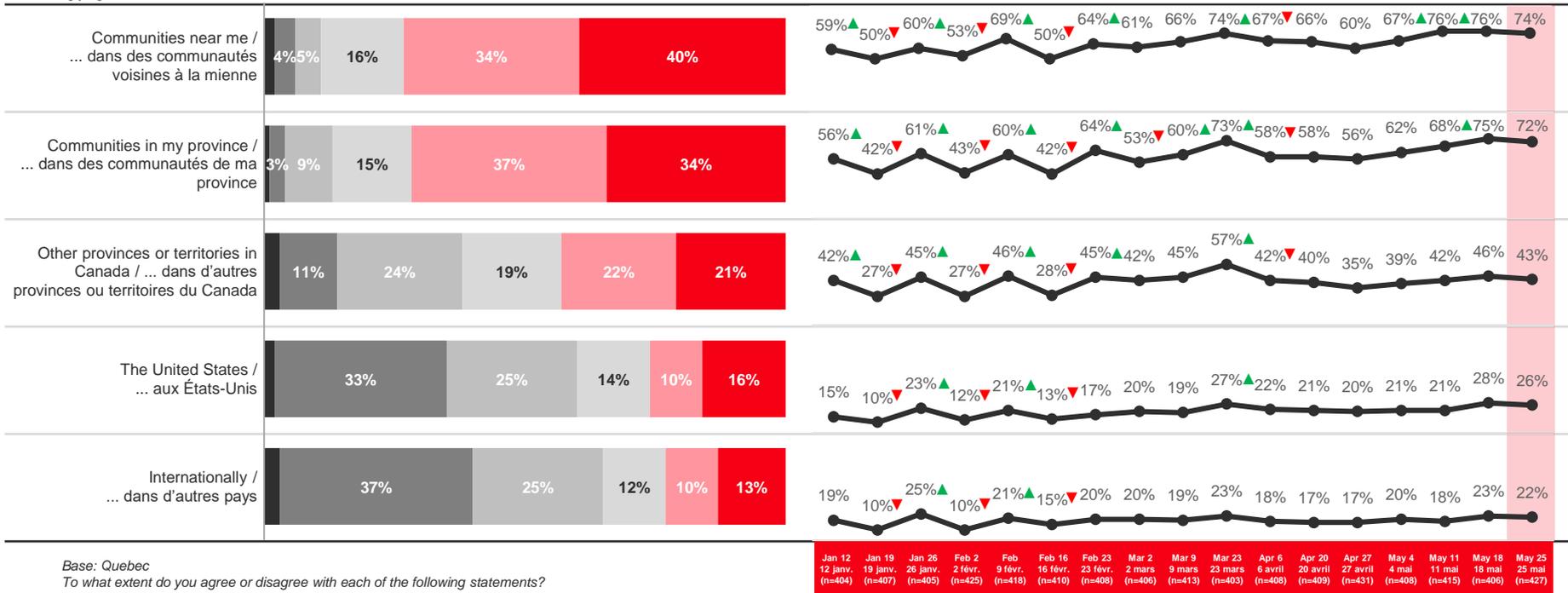
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

May 25 / 25 mai

Trending / Tendence

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



Base: Québec

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... »

▲ 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=74)*	Urban/Urbain (n=350)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	85%	71%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	82%	69%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	42%	43%
The United States / ... aux États-Unis	30%	25%
Internationally / ... dans d'autres pays	28%	21%

\* 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

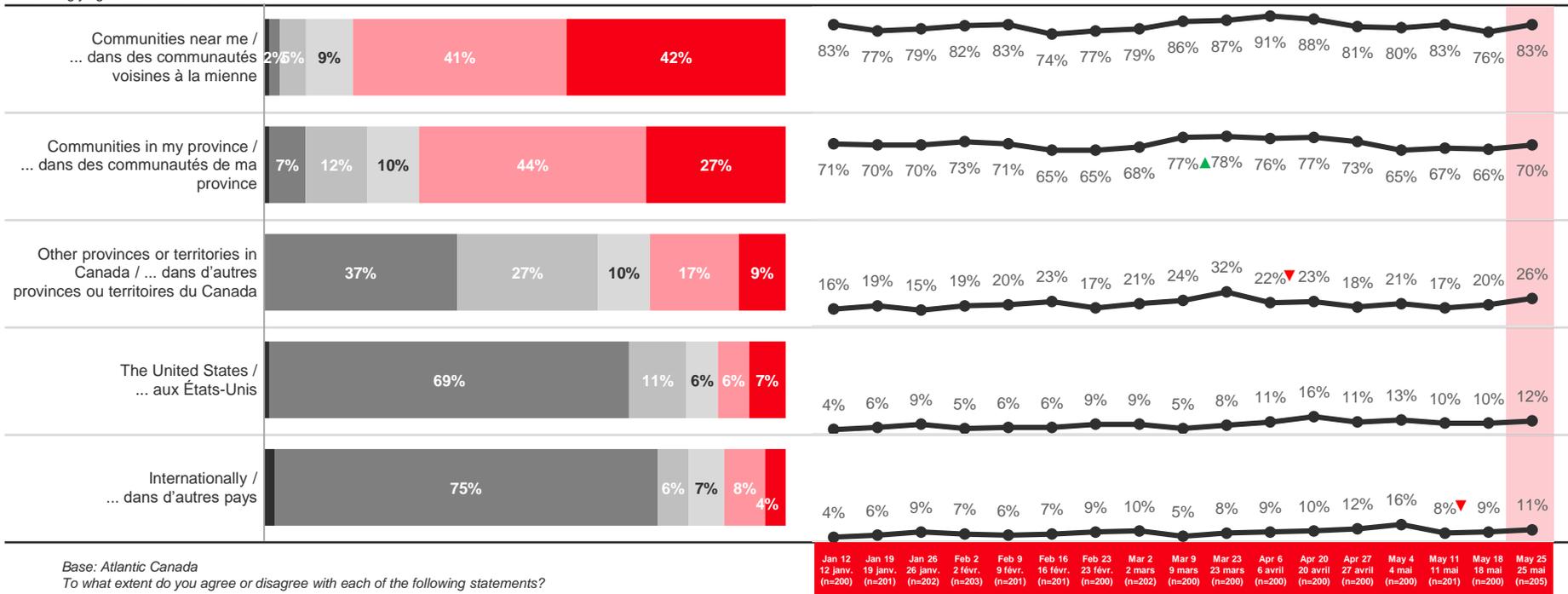
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

May 25 / 25 mai

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=130)	Urban/Urbain (n=73)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	81%	84%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	63%	74%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	15%	32%
The United States / ... aux États-Unis	8%	16%
Internationally / ... dans d'autres pays	6%	14%

\* 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 <sup>1</sup>	BC/C.-B. (n=227)	AB/Alb. (n=222)	SK/MB Sask./Man. (n=206)	ON/Ont. (n=637)	QC/Qc (n=427)	ATL (n=205)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+24	+29	+11	+12	+39	+42
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+8	+16	+10	+5	+33	+28
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-16	-4	-10	-5	+11	-19
From the United States / ... des États-Unis	-40	-27	-27	-29	-19	-45
From other countries / ... d'autres pays	-38	-32	-35	-36	-20	-51

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

<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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=227)	AB/Alb. (n=222)	SK/MB Sask./Man. (n=206)	ON/Ont. (n=637)	QC/Qc (n=427)	ATL (n=205)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	+24	+29	+11	+12	+39	+42
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	41%	44%	37%	37%	52%	53%
Neutral / Neutre	42%	41%	37%	38%	34%	36%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	17%	15%	26%	25%	13%	11%

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

<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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=227)	AB/Alb. (n=222)	SK/MB Sask./Man. (n=206)	ON/Ont. (n=637)	QC/Qc (n=427)	ATL (n=205)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	+8	+16	+10	+5	+33	+28
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	34%	40%	36%	33%	48%	46%
Neutral / Neutre	40%	36%	37%	38%	37%	35%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	26%	24%	27%	29%	15%	18%

■ Net positive / Niveau net positif

■ Net negative / Niveau net négatif

■ Net neutral / Niveau net neutre

<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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=227)	AB/Alb. (n=222)	SK/MB Sask./Man. (n=206)	ON/Ont. (n=637)	QC/Qc (n=427)	ATL (n=205)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	-16	-4	-10	-5	+11	-19
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	25%	33%	28%	29%	36%	25%
Neutral / Neutre	34%	30%	33%	37%	39%	31%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	41%	37%	39%	34%	25%	44%

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

<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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=227)	AB/Alb. (n=222)	SK/MB Sask./Man. (n=206)	ON/Ont. (n=637)	QC/Qc (n=427)	ATL (n=205)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	-40	-27	-27	-29	-19	-45
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	17%	23%	24%	23%	25%	17%
Neutral / Neutre	27%	26%	25%	24%	32%	20%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	57%	51%	51%	52%	43%	63%

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

<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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=227)	AB/Alb. (n=222)	SK/MB Sask./Man. (n=206)	ON/Ont. (n=637)	QC/Qc (n=427)	ATL (n=205)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	-38	-32	-35	-36	-20	-51
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	17%	21%	21%	20%	24%	15%
Neutral / Neutre	28%	26%	23%	24%	31%	19%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	55%	53%	56%	56%	45%	66%

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

<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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 %)

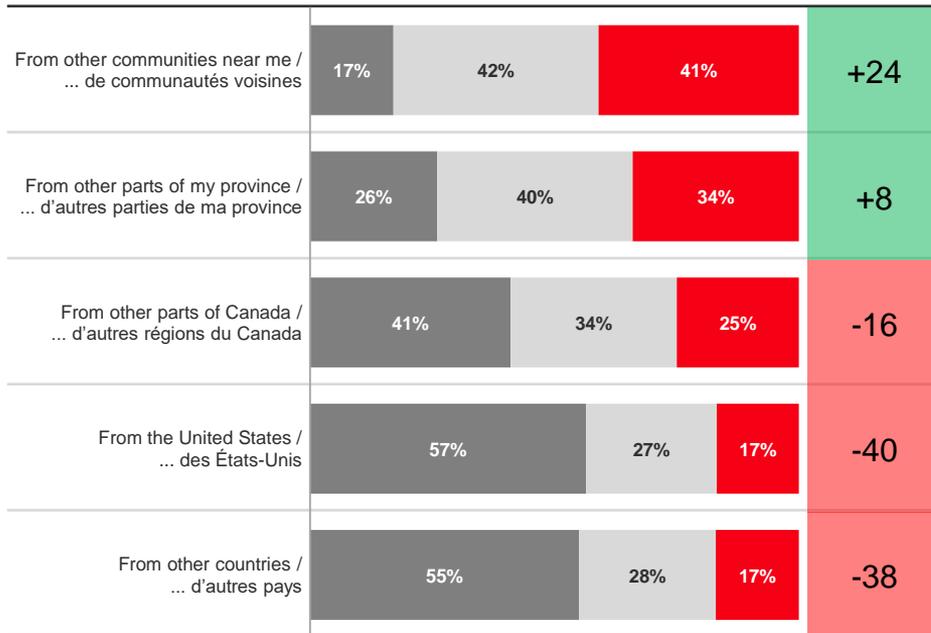
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

# British Columbia / Colombie-Britannique

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

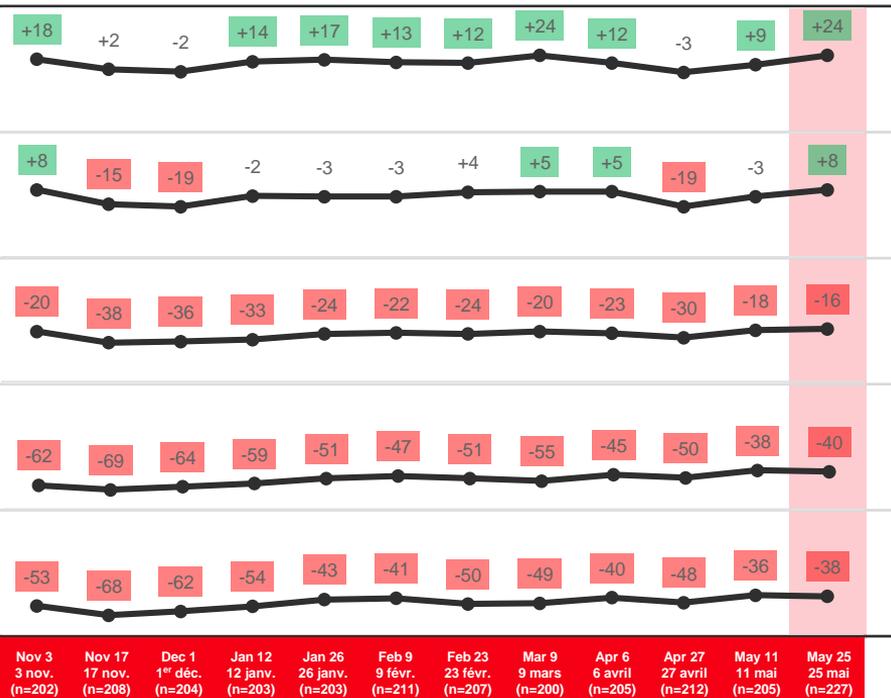
**May 25 / 25 mai**

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



**Trending / Tendance**

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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?

- 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 <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=56)*	Urban/Urbain (n=170)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+41	+21
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+26	+4
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-5	-19
From the United States / ... des États-Unis	-38	-41
From other countries / ... d'autres pays	-34	-40

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

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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 ».

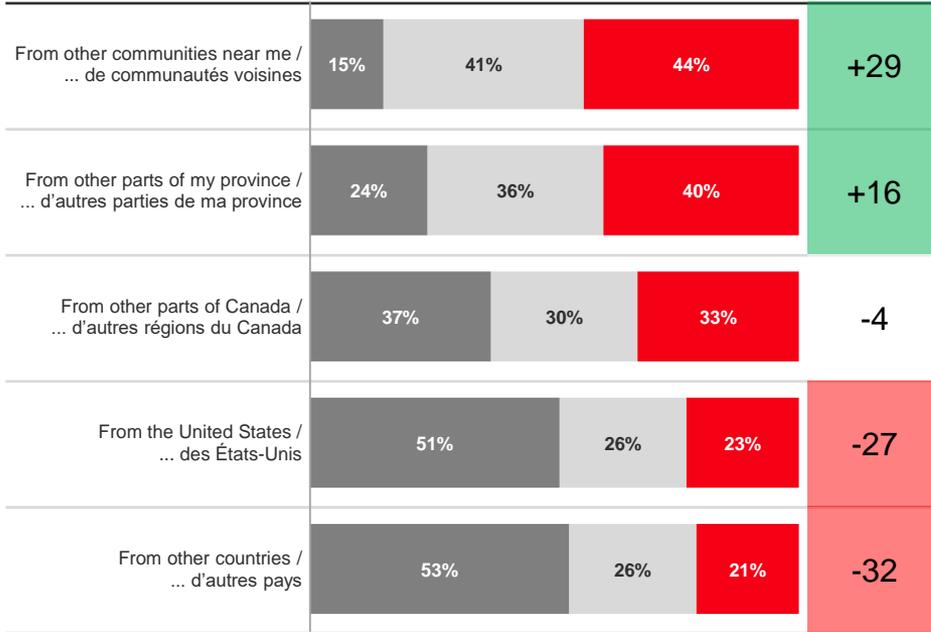
Niveau de référence : Colombie-Britannique

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)

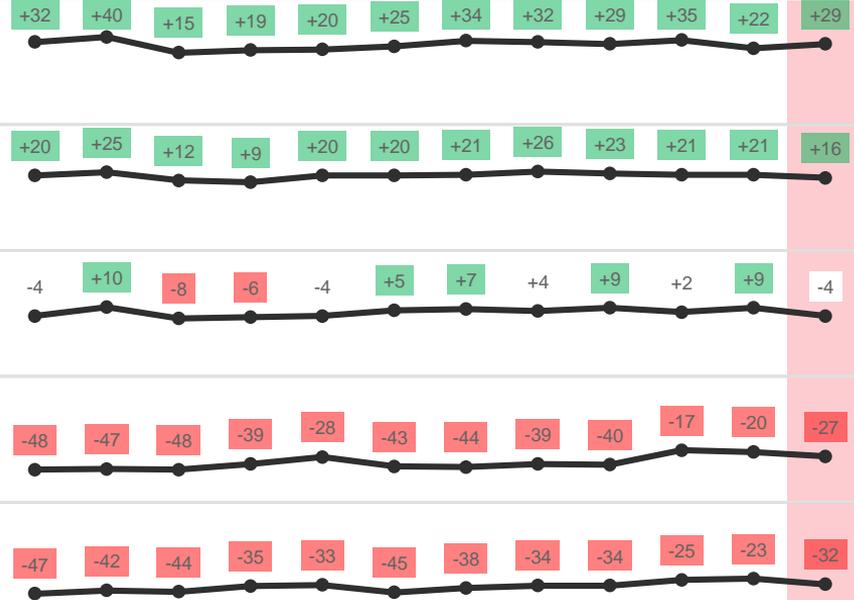
## May 25 / 25 mai

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



## Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 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?  
<sup>1</sup> 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

Nov 3 3 nov. (n=201)    Nov 17 17 nov. (n=200)    Dec 1 1<sup>er</sup> déc. (n=204)    Jan 12 12 janv. (n=200)    Jan 26 26 janv. (n=201)    Feb 9 9 févr. (n=206)    Feb 23 23 févr. (n=204)    Mar 9 9 mars (n=207)    Apr 6 6 avril (n=206)    Apr 27 27 avril (n=201)    May 11 11 mai (n=203)    May 25 25 mai (n=222)

# Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=90)*	Urban/Urbain (n=131)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+37	+26
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+19	+16
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-11	0
From the United States / ... des États-Unis	-32	-24
From other countries / ... d'autres pays	-38	-29

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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

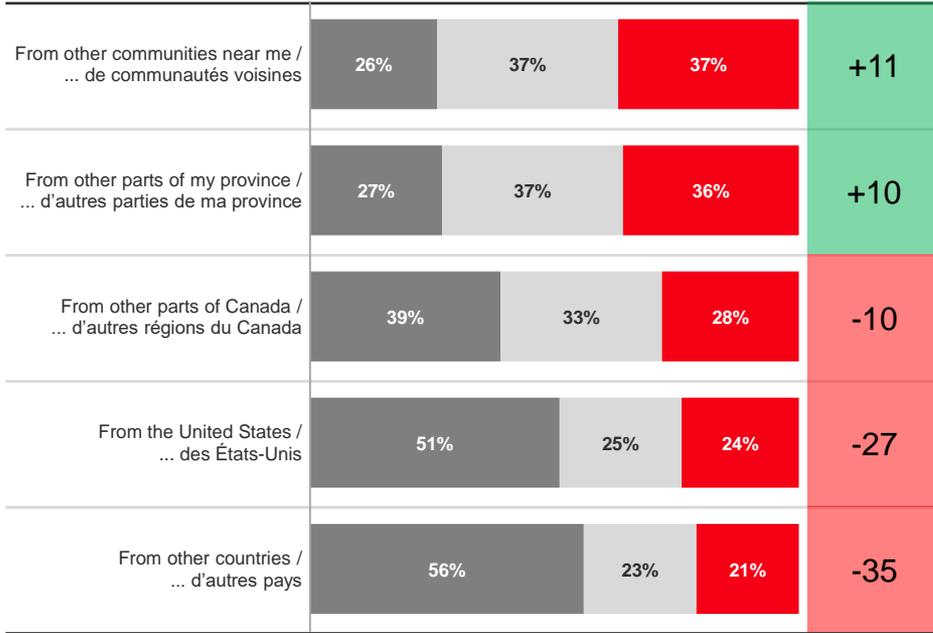
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

# Saskatchewan / Manitoba

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

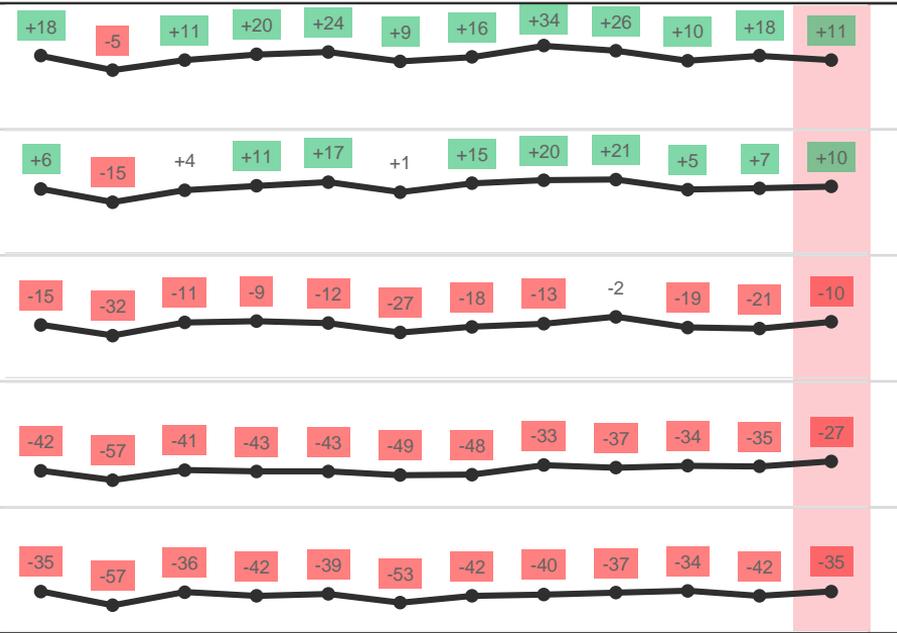
**May 25 / 25 mai**

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



## Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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

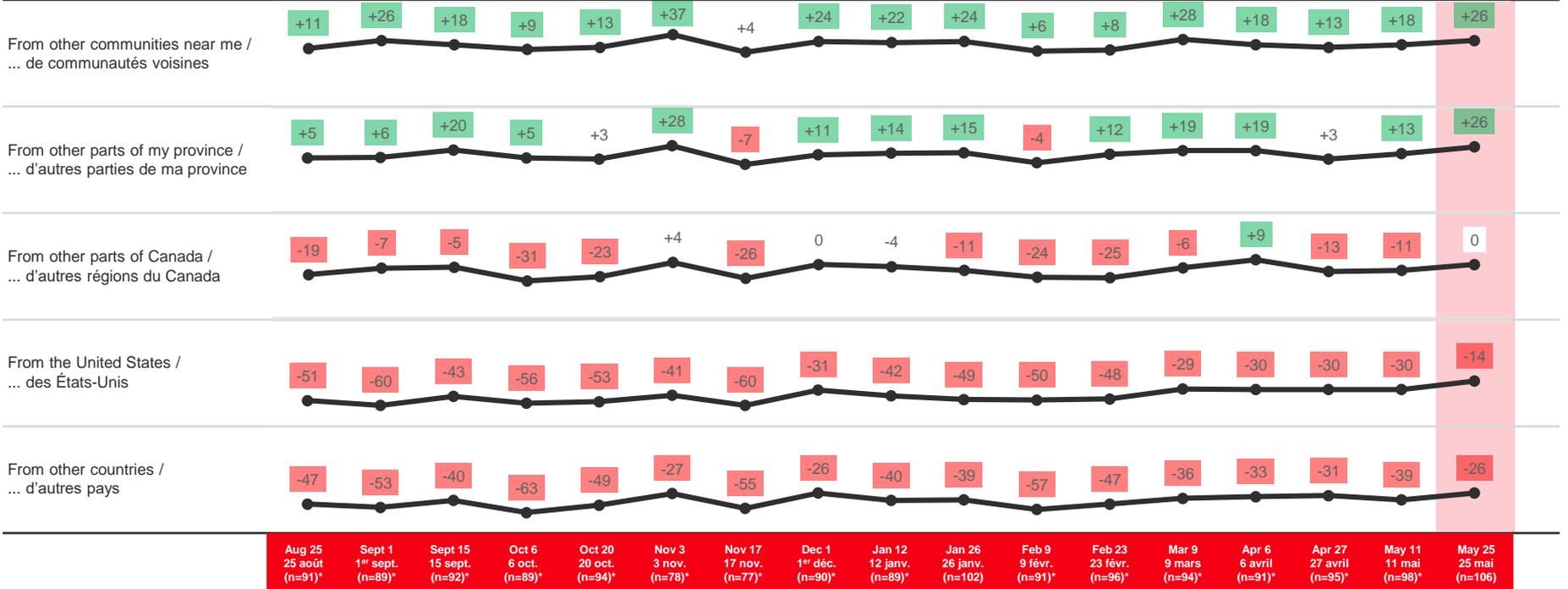
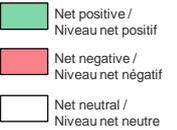
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

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

# Saskatchewan

## Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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 ».

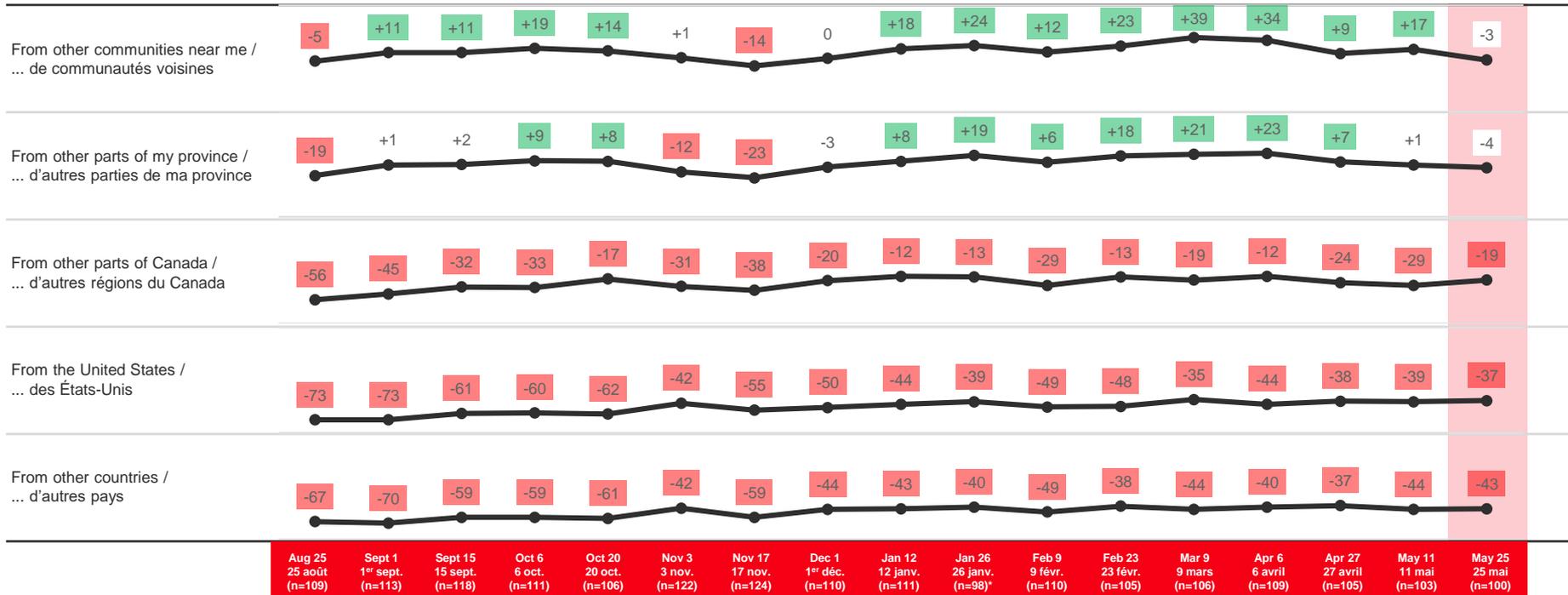
Niveau de référence : Saskatchewan

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 satisfaction<sup>1</sup>

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



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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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 <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=96)*	Urban/Urbain (n=109)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+21	+7
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+14	+6
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-13	-11
From the United States / ... des États-Unis	-28	-29
From other countries / ... d'autres pays	-29	-41

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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 ».

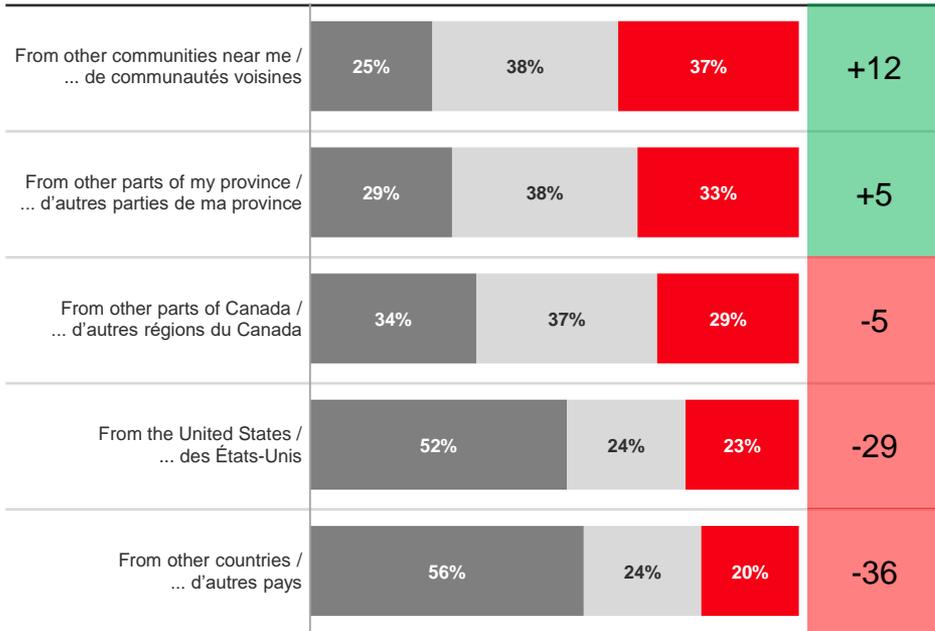
Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

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?

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

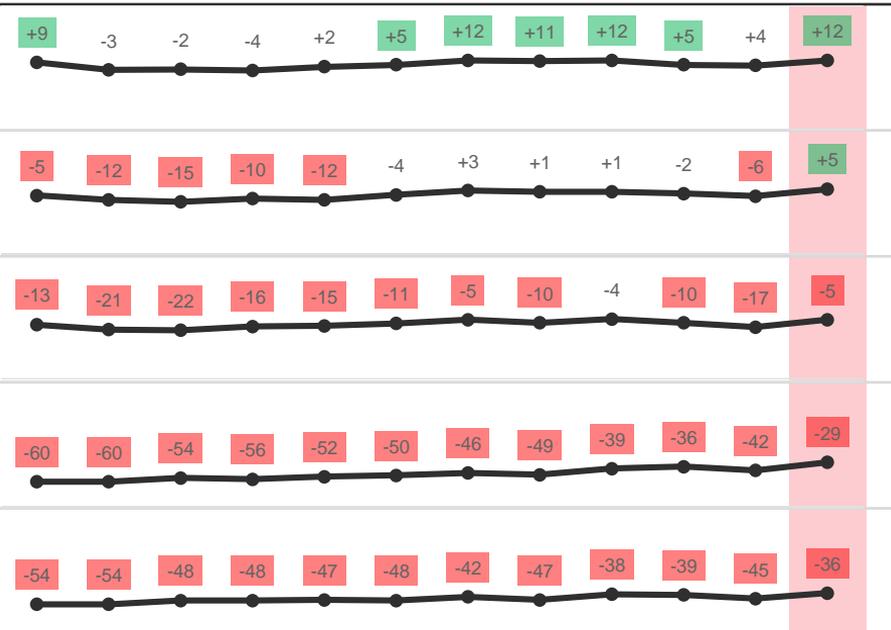
**May 25 / 25 mai**

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



## Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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 <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=94)*	Urban/Urbain (n=535)
From other communities near me / ... de communautés voisines	-1	+14
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	-20	+9
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-25	-2
From the United States / ... des États-Unis	-48	-25
From other countries / ... d'autres pays	-53	-32

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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

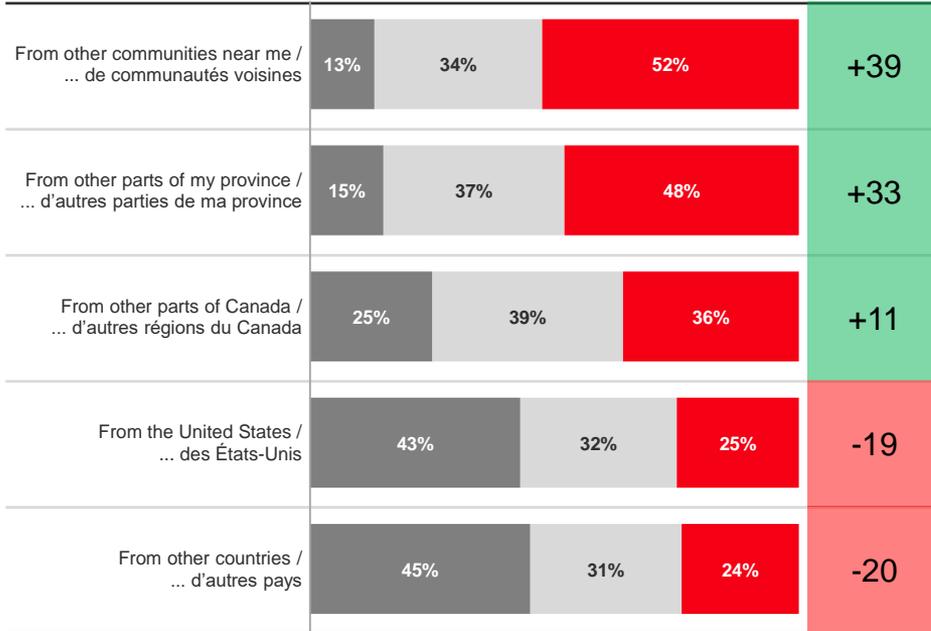
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

# Quebec / Québec

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

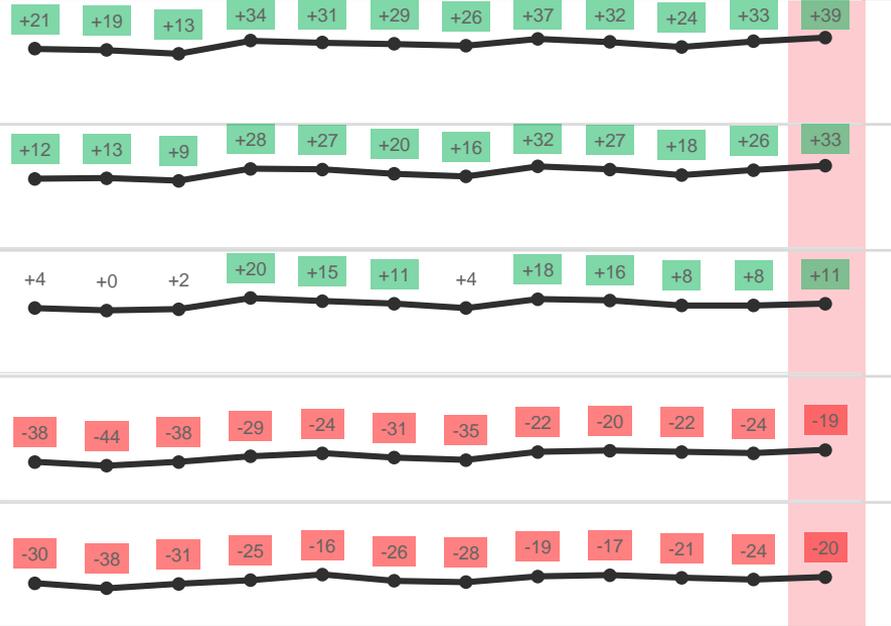
**May 25 / 25 mai**

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



## Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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 <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=74)*	Urban/Urbain (n=350)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+42	+39
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+46	+31
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+18	+10
From the United States / ... des États-Unis	-14	-20
From other countries / ... d'autres pays	-19	-21

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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

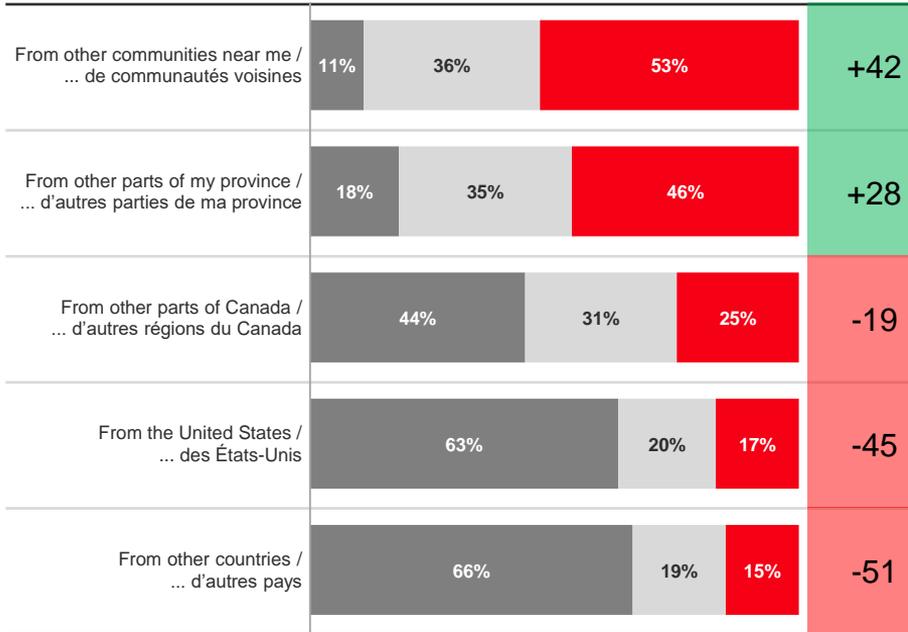
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

# Atlantic Canada / Canada atlantique

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

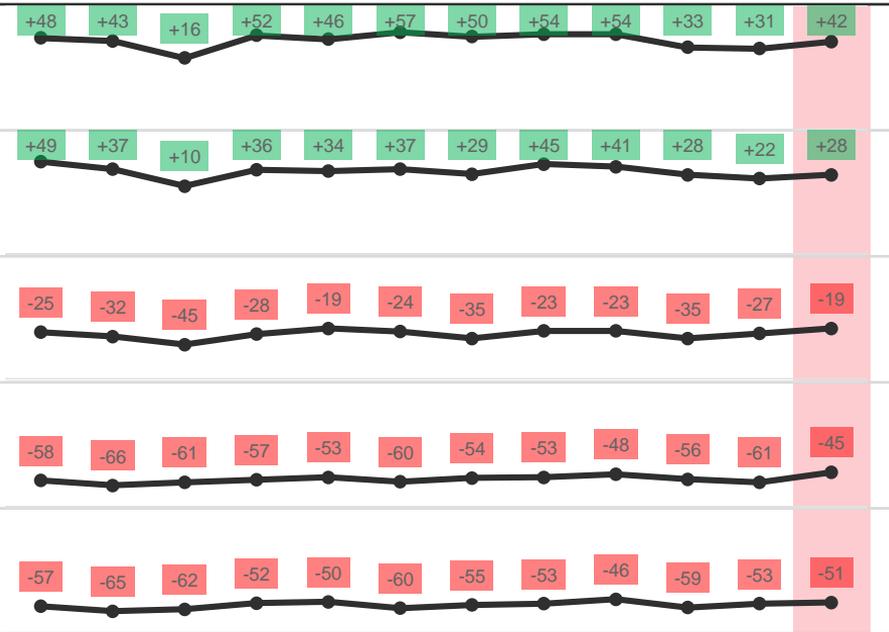
**May 25 / 25 mai**

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



**Trending / Tendance**

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction<sup>1</sup>



<sup>1</sup> 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?

<sup>1</sup> 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

Nov 3 3 nov. (n=202)    Nov 17 17 nov. (n=200)    Dec 1 1<sup>er</sup> déc. (n=200)    Jan 12 12 janv. (n=200)    Jan 26 26 janv. (n=202)    Feb 9 9 févr. (n=201)    Feb 23 23 févr. (n=200)    Mar 9 9 mars (n=200)    Apr 6 6 avril (n=200)    Apr 27 27 avril (n=200)    May 11 11 mai (n=201)    May 25 25 mai (n=205)



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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=130)	Urban/Urbain (n=73)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+36	+48
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+25	+29
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-31	-11
From the United States / ... des États-Unis	-67	-33
From other countries / ... d'autres pays	-68	-40

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

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>1</sup> 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?