

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2021-07-20



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2021-07-20"

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, 2021-07-20 »



Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
BC	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. Feelings of safety have generally stabilized towards other parts of the province and other parts of Canada since the end of June.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of the province. Receptivity of promoting their community has been trending upwards for all domestic destinations and the US since the beginning of May.
Alberta	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. Feelings of safety have generally been trending upwards since mid-May for all domestic destination and since the beginning of June for international destinations.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of the province, other parts of Canada and all international destinations. Notably, promoting to the US has moved from negative to positive and promoting to other international destinations (outside of the US) has moved from negative to neutral.
Saskatchewan	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. Feelings of safety have generally stabilized towards all domestic destinations since the beginning of June. Feelings of safety towards international destinations are fluctuating but generally continuing to trend upwards.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of the province and all international destinations. Notably, promoting to the US has moved from negative to neutral.
Manitoba*	▼	After a significant increase the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards nearby communities and other parts of the province, reverting to levels seen the week prior.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards the US, reverting to levels seen the week prior. However, receptivity of promoting their community has been trending higher for all destinations since the end of June.
Ontario	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards nearby communities. Feelings of safety towards all domestic destinations and the US peaked at the end of June and have generally stabilized. Feelings of safety towards international destinations (outside of the US) have been slowly trending upwards since mid-May.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, receptivity of promoting their community has been trending upwards for all destinations since the end of June.
Quebec	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. Feelings of safety have generally stabilized for all in-province destinations since the beginning of June, towards international destinations since mid-June, and towards other parts of Canada since the end of June.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, receptivity of promoting their community has generally been trending upwards for all in-province destinations since the beginning of May, and towards other parts of Canada and all international destinations since the end of May.
Atlantic Canada	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have increased significantly towards the US. Feelings of safety have stabilized towards all in-province destinations since the beginning of June, but continue to trend upwards towards other parts of Canada.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, receptivity of promoting their community has generally been trending upwards for all in-province destinations and the US since the end of May, and towards other parts of Canada since the beginning of May.

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

2 ▲ positive compared to previous week

▼ negative compared to previous week

— no change compared to previous week

Résumé

	Je me sens à l'aise de voyager		Réaction à la publicité	
Colombie-Britannique	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations. Le sentiment de sécurité s'est généralement stabilisé depuis la fin de juin pour les autres parties de la province et les autres régions du Canada.	▲	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres parties de leur province. L'ouverture à la publicité sur leur communauté dirigée vers l'ensemble des régions du pays et les États-Unis maintient sa tendance à la hausse depuis le début de mai.
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. Le sentiment de sécurité maintient généralement sa tendance à la hausse depuis la mi-mai pour les voyages dans toutes les régions du Canada et depuis le début de juin pour les voyages à l'étranger.	▲	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres parties de la province, d'autres régions du Canada et l'ensemble des destinations étrangères. Notamment, l'opinion sur la publicité dirigée vers les États-Unis est passée de négative à positive et celle sur la publicité dirigée vers d'autres pays que les États-Unis est passée de négative à neutre.
Saskatchewan	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations. Le sentiment de sécurité par rapport aux voyages dans toutes les régions du Canada s'est généralement stabilisé depuis le début de juin. Le sentiment de sécurité par rapport aux voyages à l'étranger fluctue, mais la tendance générale est à la hausse.	▲	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres parties de la province et l'ensemble des destinations étrangères. L'opinion sur la publicité dirigée vers les États-Unis est notamment passée de négative à neutre.
Manitoba*	▼	Après une hausse importante la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans des communautés voisines et dans d'autres parties de la province, revenant au niveau de la semaine d'avant.	▼	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 États-Unis, revenant au niveau de la semaine d'avant. Toutefois, l'ouverture à la publicité dirigée vers l'ensemble des destinations est à la hausse depuis la fin de juin.
Ontario	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans des communautés voisines. Le sentiment de sécurité par rapport aux voyages dans l'ensemble des destinations canadiennes et aux États-Unis a atteint un sommet à la fin de juin et s'est généralement stabilisé depuis. En ce qui a trait au sentiment de sécurité par rapport aux voyages dans d'autres pays que les États-Unis, la tendance est tranquillement à la hausse depuis la mi-mai.	■	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée. Toutefois, l'ouverture à la publicité dirigée vers l'ensemble des destinations maintient sa tendance à la hausse depuis la fin de juin.
Québec	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations. Le sentiment de sécurité s'est généralement stabilisé depuis le début de juin pour les voyages dans toutes les destinations de la province, depuis la mi-juin pour les voyages à l'étranger, et depuis la fin de juin pour les voyages dans d'autres régions du Canada.	■	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée. Toutefois, l'ouverture à la publicité sur leur communauté maintient généralement sa tendance à la hausse depuis le début de mai pour la publicité dirigée vers l'ensemble des destinations de la province, et depuis la fin de mai pour la publicité dirigée vers d'autres régions du Canada et l'ensemble des destinations étrangères.
Canada atlantique	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager aux États-Unis. Depuis le début de juin, le sentiment de sécurité s'est stabilisé pour les voyages dans toutes les destinations de la province et maintient sa tendance à la hausse pour les voyages dans d'autres régions du Canada.	■	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée. Toutefois, l'ouverture à la publicité sur leur communauté maintient généralement sa tendance à la hausse depuis la fin de mai pour la publicité dirigée vers l'ensemble des régions de la province et les États-Unis, et depuis le début de mai pour la publicité dirigée vers d'autres régions du Canada.

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

3



positif par rapport à la semaine précédente



négatif par rapport à la semaine précédente



stable par rapport à la semaine précédente

Methodology

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

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

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

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

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

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

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

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

Méthodologie

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1

I Feel Safe to Travel

**Je me sens à l'aise de
voyager**

Comparison by Region / Comparaison par région

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

% Somewhat / Strongly Agree % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord	BC/C.-B. (n=201)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=617)	QC/Qc (n=410)	ATL (n=200)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	84%	93%	78%	81%	85%	90%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	81%	92%	74%	75%	85%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	56%	83%	55%	61%	66%	54%
The United States / ... aux États-Unis	29%	51%	34%	31%	37%	26%
Internationally / ... dans d'autres pays	22%	43%	29%	29%	30%	15%

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

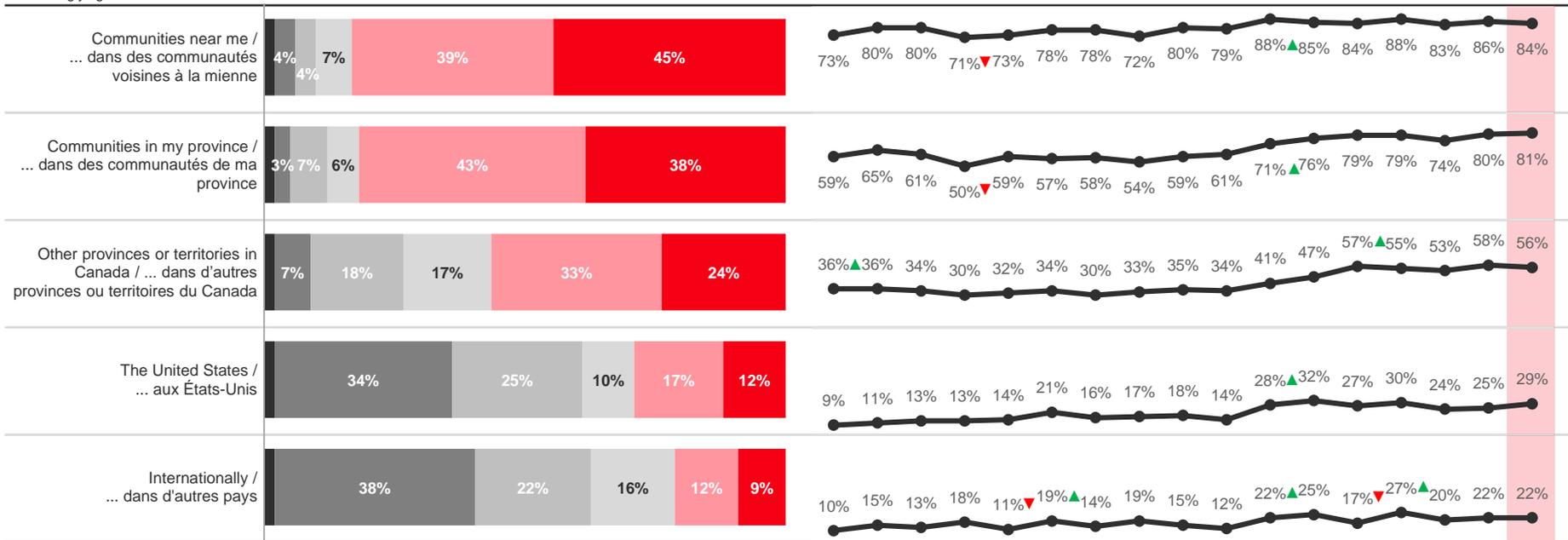
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jul 20 / 20 juill.

Trending / Tendance

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



Mar 9	Mar 23	Apr 6	Apr 20	Apr 27	May 4	May 11	May 18	May 25	Jun 1	Jun 8	Jun 15	Jun 22	Jun 29	Jul 6	Jul 13	Jul 20
9 mars	23 mars	6 avril	20 avril	27 avril	4 mai	11 mai	18 mai	25 mai	1 juin	8 juin	15 juin	22 juin	29 juin	6 juill.	13 juill.	20 juill.
(n=200)	(n=200)	(n=205)	(n=206)	(n=212)	(n=200)	(n=205)	(n=205)	(n=227)	(n=217)	(n=204)	(n=200)	(n=214)	(n=202)	(n=202)	(n=203)	(n=201)

▲ 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=63)*	Urban/Urbain (n=137)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	95%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	85%	81%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	55%	57%
The United States / ... aux États-Unis	21%	31%
Internationally / ... dans d'autres pays	13%	24%

* 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

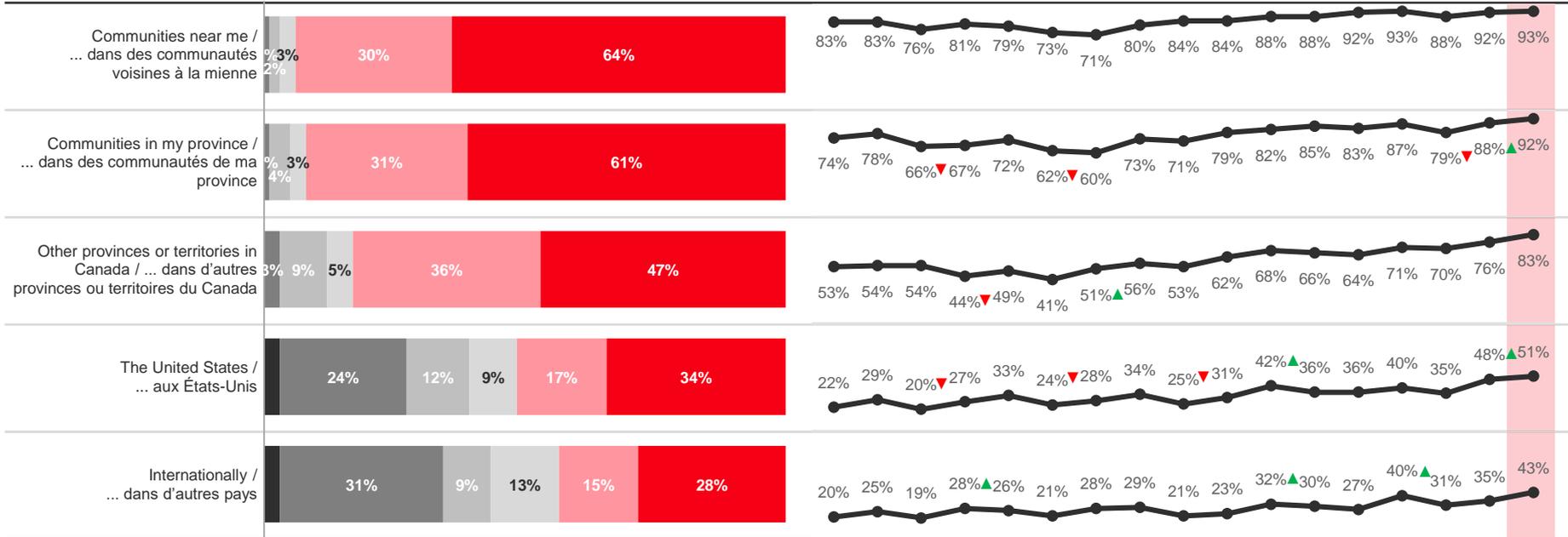
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jul 20 / 20 juill.

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... »

▲ 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=84)*	Urban/Urbain (n=115)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	92%	94%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	92%	92%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	83%	83%
The United States / ... aux États-Unis	50%	51%
Internationally / ... dans d'autres pays	41%	44%

* 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

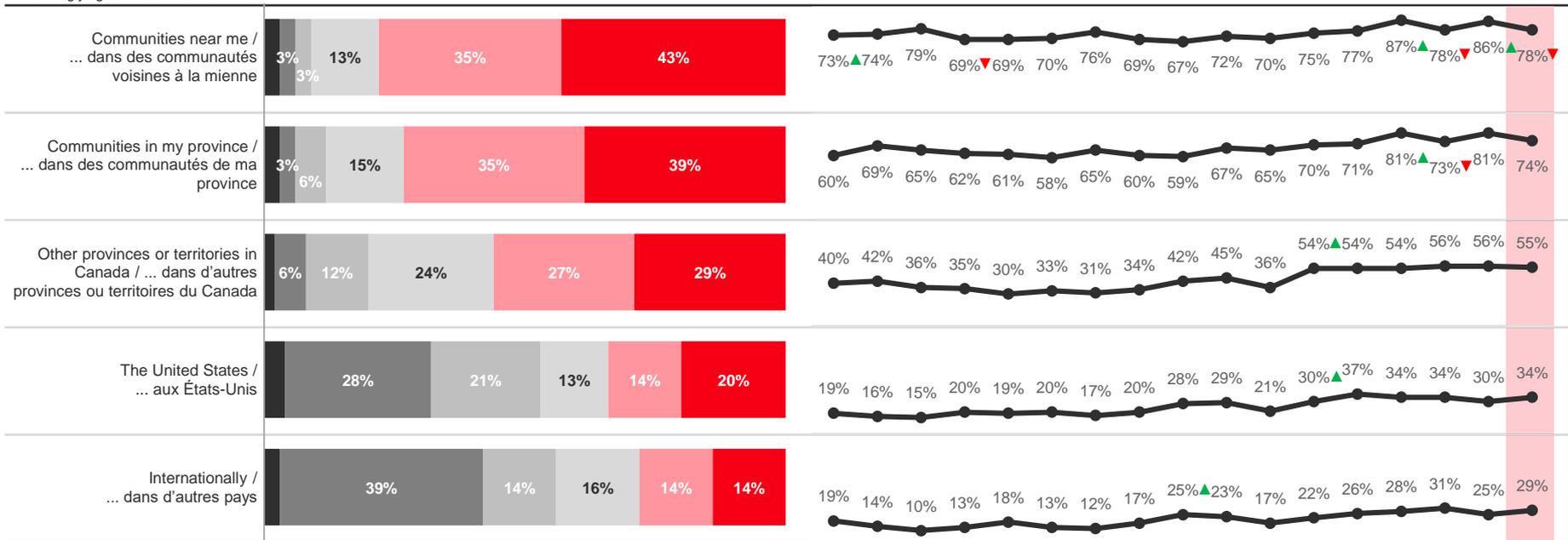
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jul 20 / 20 juill.

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... »

Mar 9	Mar 23	Apr 6	Apr 20	Apr 27	May 4	May 11	May 18	May 25	Jun 1	Jun 8	Jun 15	Jun 22	Jun 29	Jul 6	Jul 13	Jul 20
9 mars	23 mars	6 avril	20 avril	27 avril	4 mai	11 mai	18 mai	25 mai	1 juin	8 juin	15 juin	22 juin	29 juin	6 juill.	13 juill.	20 juill.
(n=200)	(n=200)	(n=200)	(n=200)	(n=201)	(n=200)	(n=201)	(n=200)	(n=206)	(n=205)	(n=202)	(n=201)	(n=200)	(n=200)	(n=201)	(n=204)	(n=201)

▲ 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%)

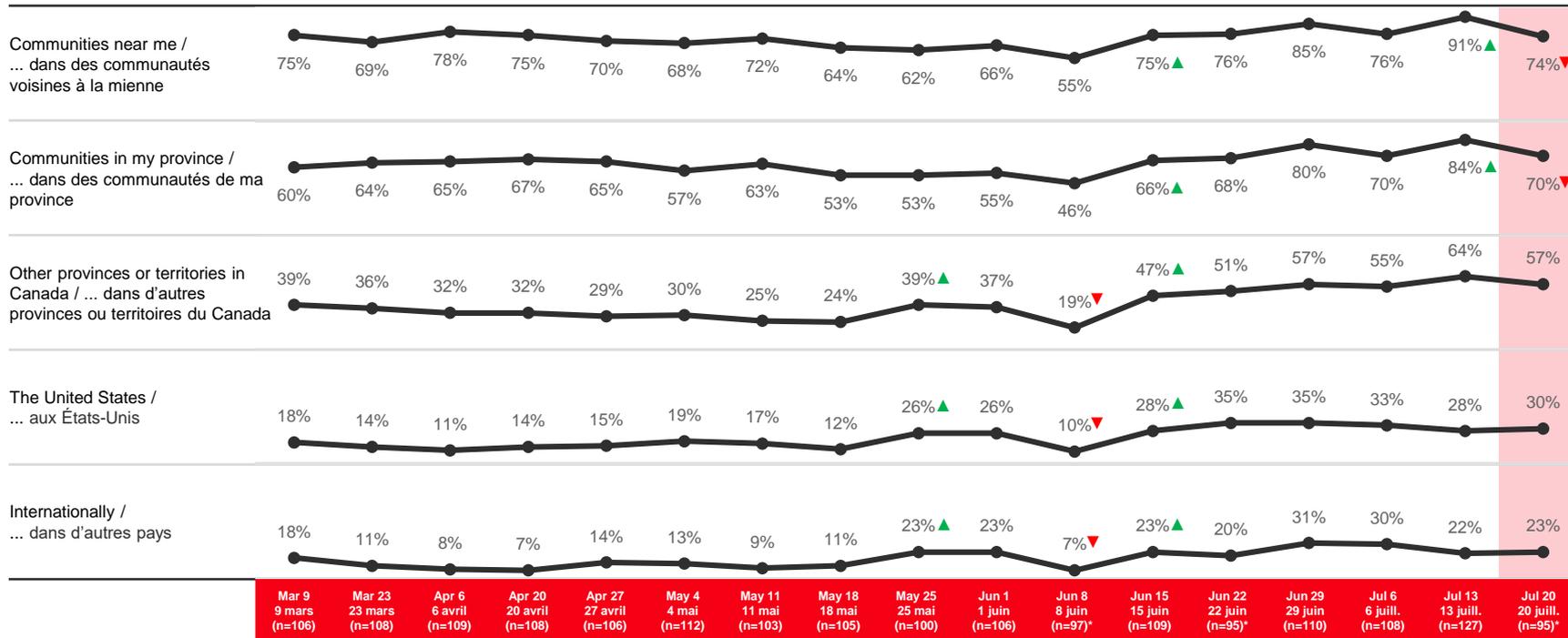
▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

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=89)*	Urban/Urbain (n=111)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	89%	74%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	83%	71%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	67%	53%
The United States / ... aux États-Unis	38%	34%
Internationally / ... dans d'autres pays	29%	29%

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

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

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

Base: 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

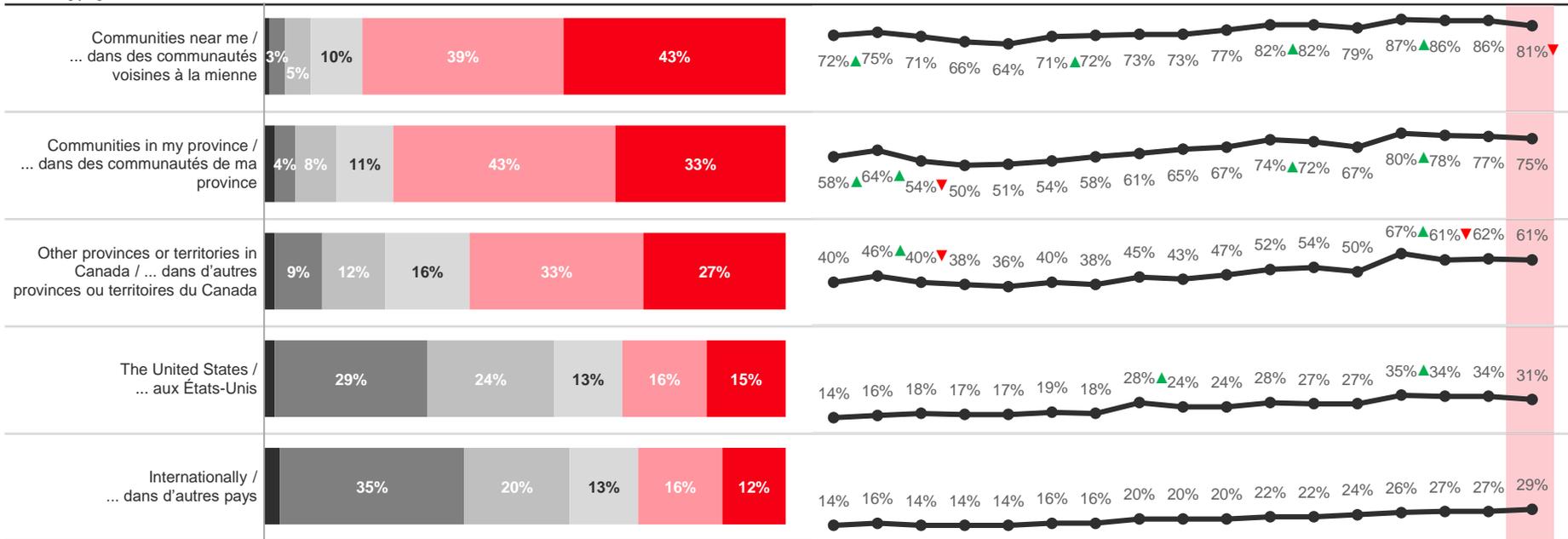
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jul 20 / 20 juill.

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... »

Mar 9	Mar 23	Apr 6	Apr 20	Apr 27	May 4	May 11	May 18	May 25	Jun 1	Jun 8	Jun 15	Jun 22	Jun 29	Jul 6	Jul 13	Jul 20
(n=606)	(n=603)	(n=603)	(n=604)	(n=603)	(n=602)	(n=604)	(n=605)	(n=637)	(n=625)	(n=611)	(n=604)	(n=604)	(n=604)	(n=604)	(n=605)	(n=617)

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

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

Ontario

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=73)*	Urban/Urbain (n=539)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	81%	82%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	75%	76%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	61%	61%
The United States / ... aux États-Unis	30%	32%
Internationally / ... dans d'autres pays	27%	29%

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

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

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

Base: 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

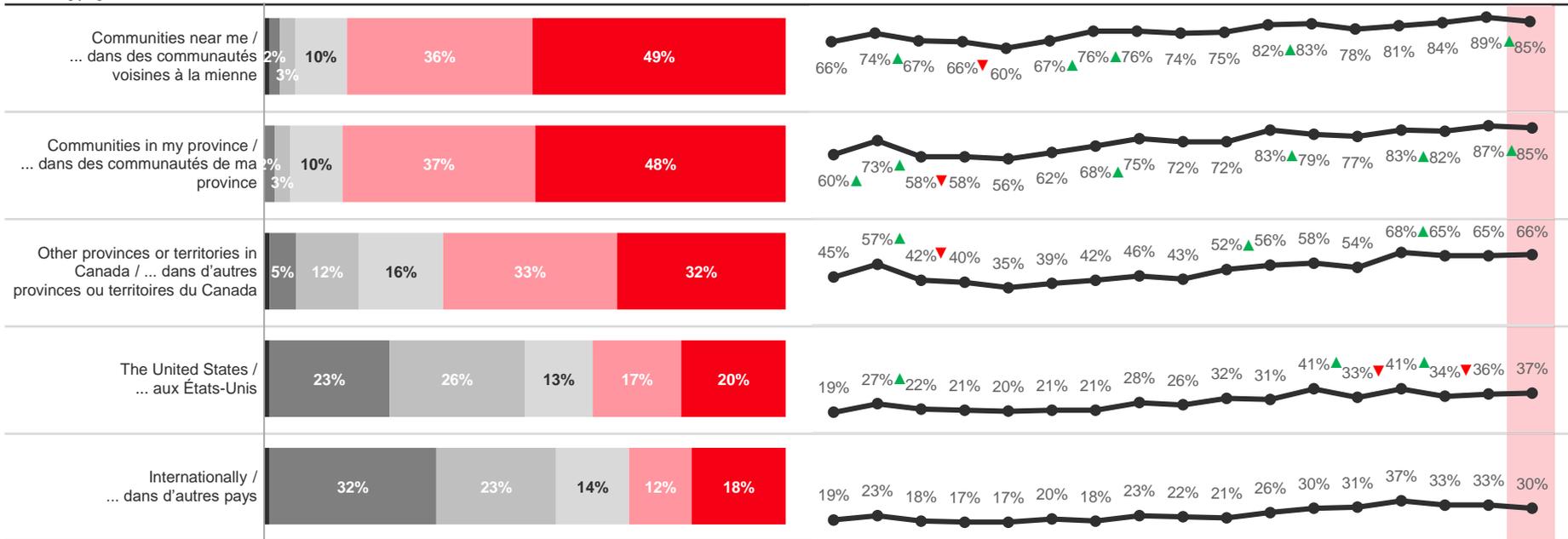
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jul 20 / 20 juill.

Trending / Tendance

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



Mar 9 (n=413) Mar 23 (n=403) Apr 6 (n=408) Apr 20 (n=409) Apr 27 (n=431) May 4 (n=408) May 11 (n=415) May 18 (n=406) May 25 (n=427) Jun 1 (n=426) Jun 8 (n=413) Jun 15 (n=412) Jun 22 (n=412) Jun 29 (n=400) Jul 6 (n=407) Jul 13 (n=408) Jul 20 (n=410)

▲ 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=82)*	Urban/Urbain (n=325)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	94%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	88%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	63%	66%
The United States / ... aux États-Unis	39%	37%
Internationally / ... dans d'autres pays	30%	30%

* 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

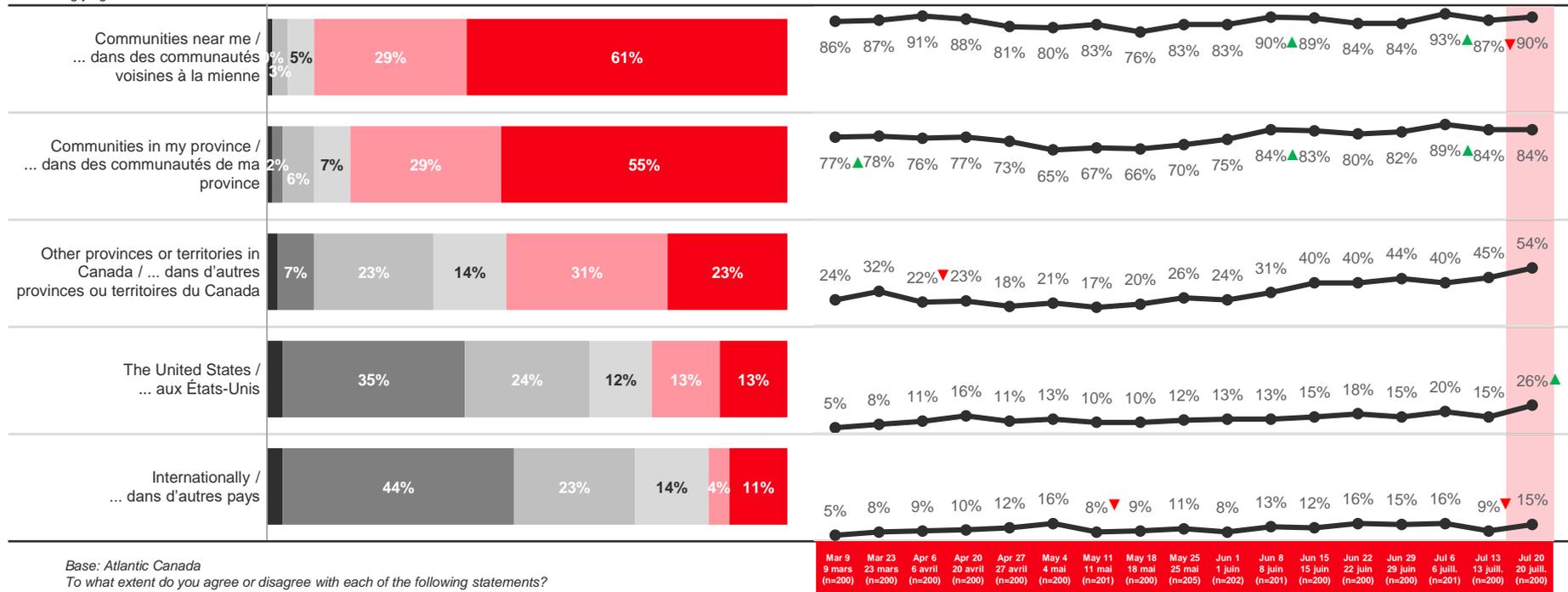
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jul 20 / 20 juill.

Trending / Tendence

% 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=134)	Urban/Urbain (n=65)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	91%	91%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	89%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	43%	60%
The United States / ... aux États-Unis	17%	32%
Internationally / ... dans d'autres pays	11%	18%

* 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=201)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=617)	QC/Qc (n=410)	ATL (n=200)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+41	+54	+39	+35	+49	+58
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+39	+52	+36	+28	+43	+52
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+14	+41	+15	+20	+31	+13
From the United States / ... des États-Unis	-26	+7	-15	-24	-8	-35
From other countries / ... d'autres pays	-35	-2	-13	-27	-11	-40

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=201)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=617)	QC/Qc (n=410)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+41	+54	+39	+35	+49	+58
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	53%	60%	47%	48%	57%	65%
Neutral / Neutre	34%	34%	45%	38%	35%	28%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	12%	6%	8%	13%	8%	7%

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=201)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=617)	QC/Qc (n=410)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+39	+52	+36	+28	+43	+52
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	54%	61%	45%	45%	54%	62%
Neutral / Neutre	31%	30%	46%	38%	35%	28%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	15%	9%	9%	17%	11%	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 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=201)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=617)	QC/Qc (n=410)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+14	+41	+15	+20	+31	+13
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	37%	54%	36%	41%	46%	35%
Neutral / Neutre	40%	33%	43%	39%	39%	42%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	23%	13%	21%	20%	15%	23%

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=201)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=617)	QC/Qc (n=410)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-26	+7	-15	-24	-8	-35
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	21%	38%	24%	21%	31%	18%
Neutral / Neutre	32%	32%	37%	34%	31%	29%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	47%	31%	39%	45%	38%	53%

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

From other countries / ... d'autres pays

	BC/C.-B. (n=201)	AB/Alb. (n=201)	SK/MB Sask./Man. (n=201)	ON/Ont. (n=617)	QC/Qc (n=410)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-35	-2	-13	-27	-11	-40
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	14%	31%	25%	20%	29%	16%
Neutral / Neutre	37%	36%	38%	33%	31%	28%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	49%	33%	38%	47%	40%	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

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

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

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

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

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

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

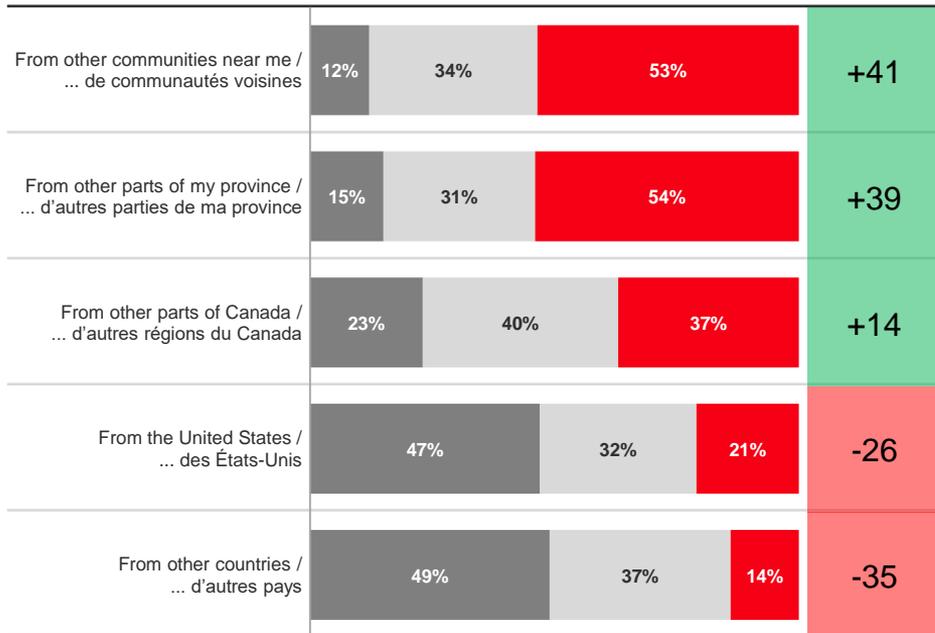
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

British Columbia / Colombie-Britannique

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

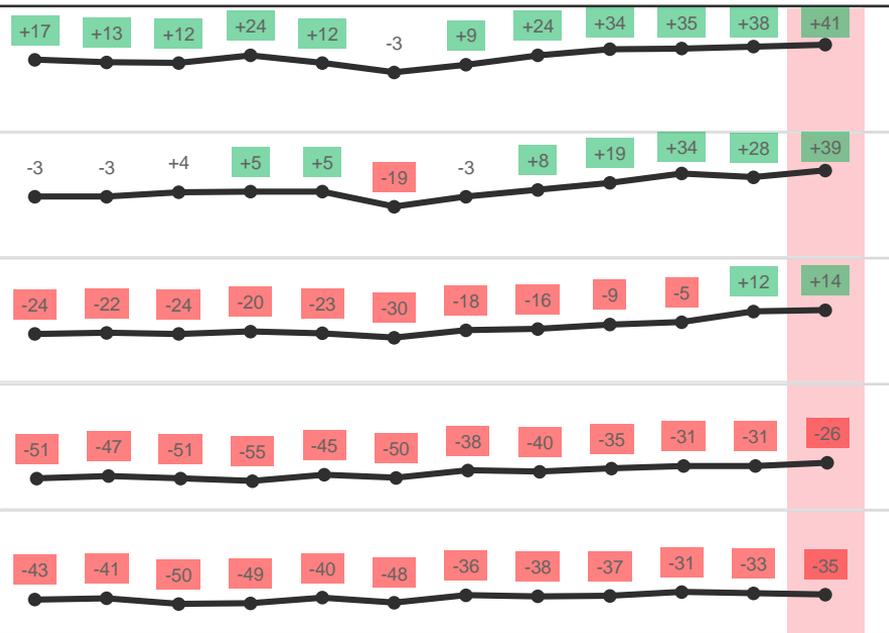
Jul 20 / 20 juill.

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 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

Jan 26 26 janv. (n=203) Feb 9 9 févr. (n=211) Feb 23 23 févr. (n=207) Mar 9 9 mars (n=200) Apr 6 6 avril (n=205) Apr 27 27 avril (n=212) May 11 11 mai (n=205) May 25 25 mai (n=227) Jun 8 8 juin (n=204) Jun 22 22 juin (n=214) Jul 6 6 juill. (n=202) Jul 20 20 juill. (n=201)

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=63)*	Urban/Urbain (n=137)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+65	+37
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+48	+37
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+10	+15
From the United States / ... des États-Unis	-45	-22
From other countries / ... d'autres pays	-56	-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: British Columbia

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

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

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

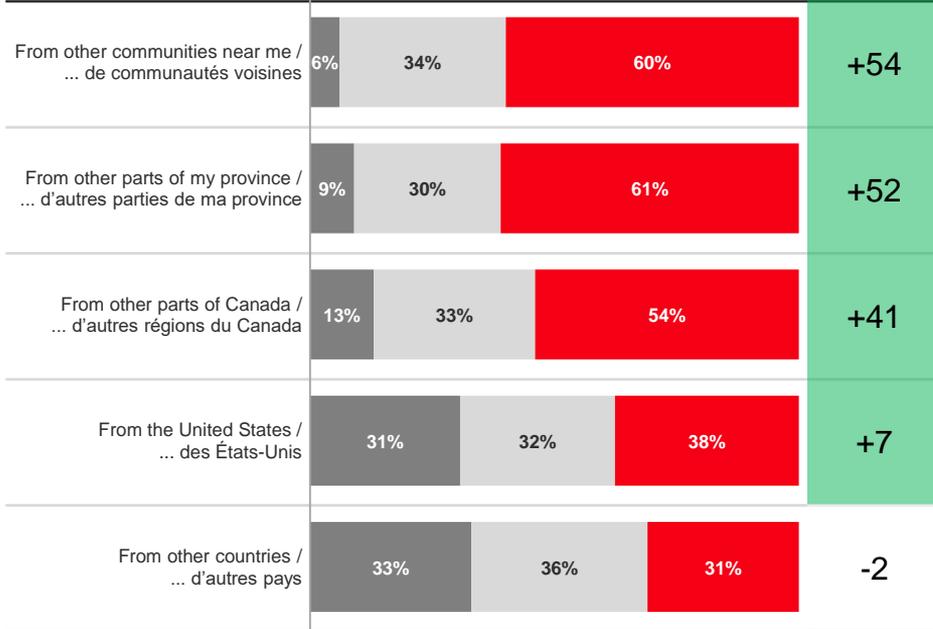
Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

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

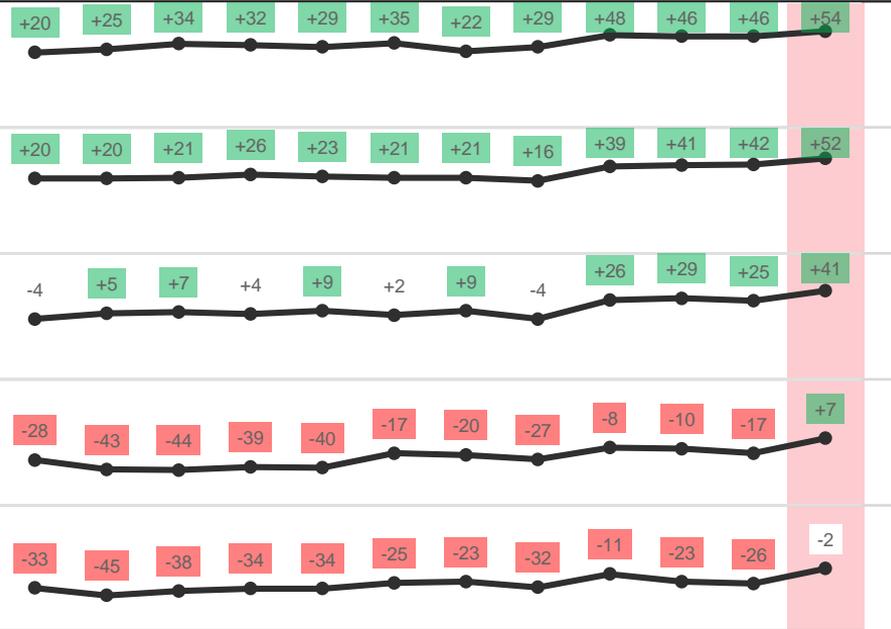
Jul 20 / 20 juill.

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: Alberta

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

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

Niveau de référence : Alberta

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

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

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)	Jun 8 8 juin (n=209)	Jun 22 22 juin (n=212)	Jul 6 6 juill. (n=203)	Jul 20 20 juill. (n=201)
-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=84)*	Urban/Urbain (n=115)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+53	+55
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+48	+54
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+37	+44
From the United States / ... des États-Unis	+5	+9
From other countries / ... d'autres pays	-3	-1

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Alberta

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

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

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

Niveau de référence : Alberta

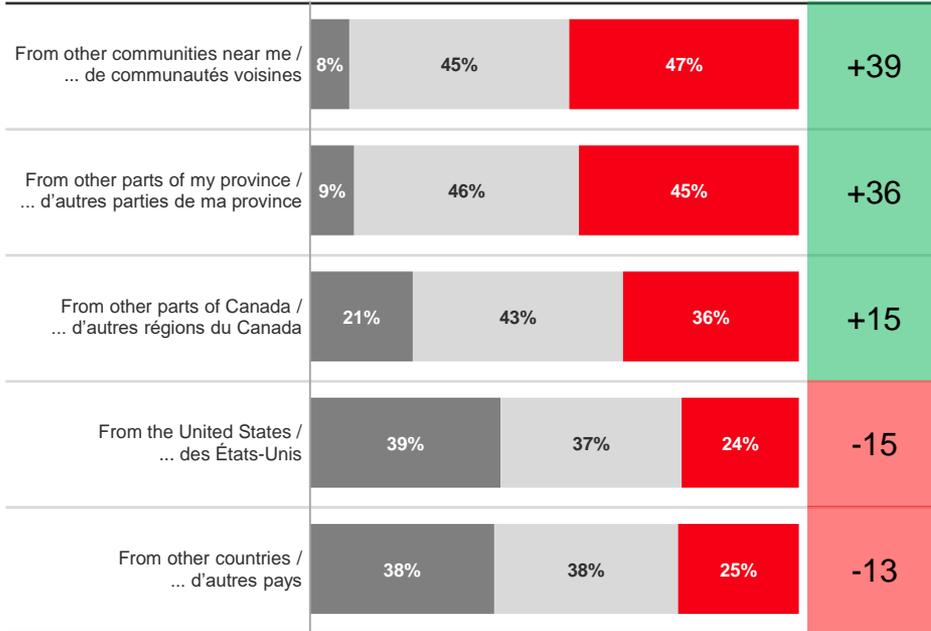
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Saskatchewan / Manitoba

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

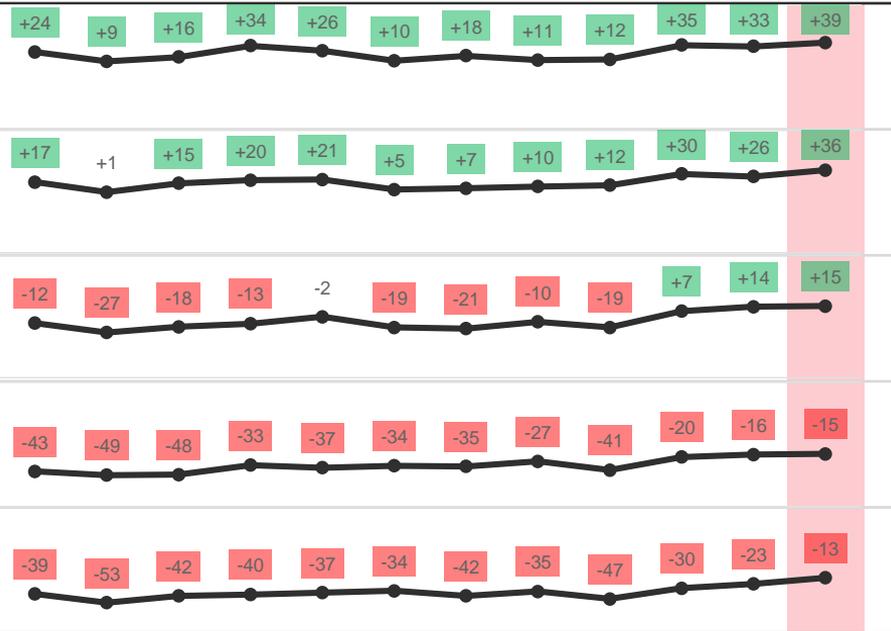
Jul 20 / 20 juill.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

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

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

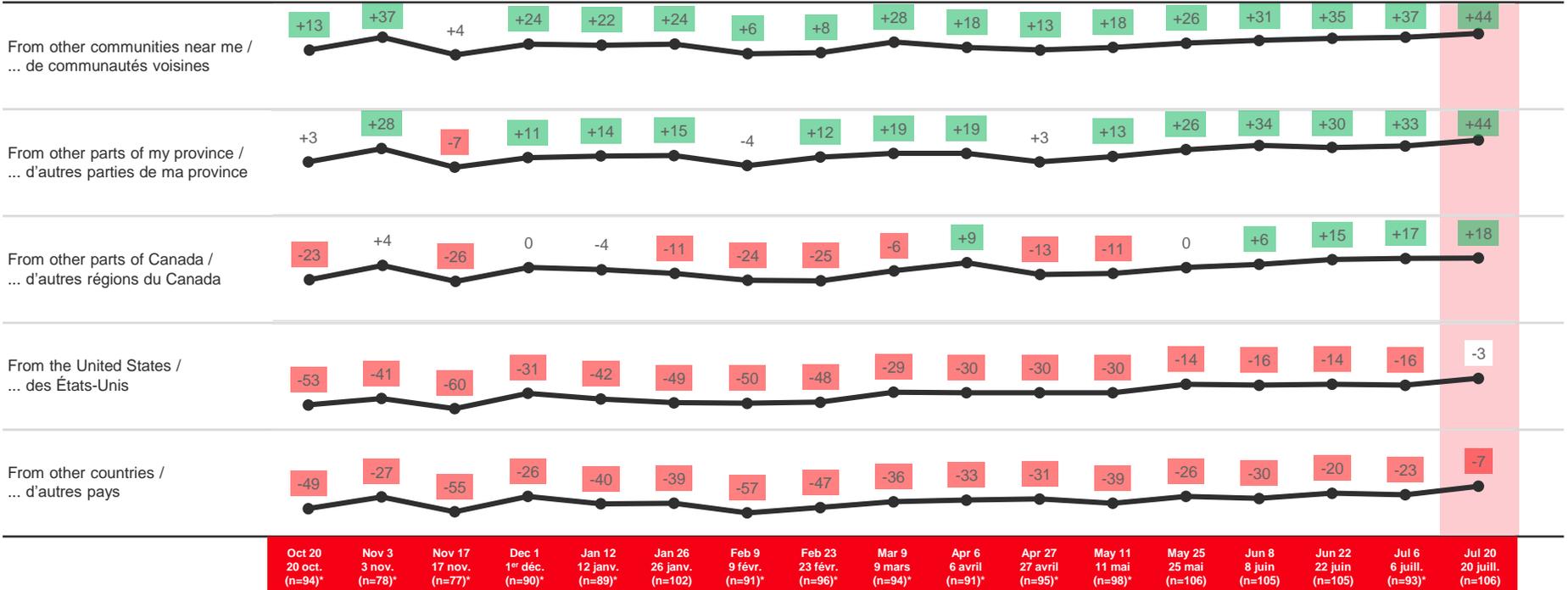
Jan 26 26 janv. (n=200)	Feb 9 9 févr. (n=201)	Feb 23 23 févr. (n=201)	Mar 9 9 mars (n=200)	Apr 6 6 avril (n=200)	Apr 27 27 avril (n=201)	May 11 11 mai (n=201)	May 25 25 mai (n=206)	Jun 8 8 juin (n=202)	Jun 22 22 juin (n=200)	Jul 6 6 juill. (n=201)	Jul 20 20 juill. (n=201)
-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Saskatchewan

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

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



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

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

Base: Saskatchewan

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

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

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

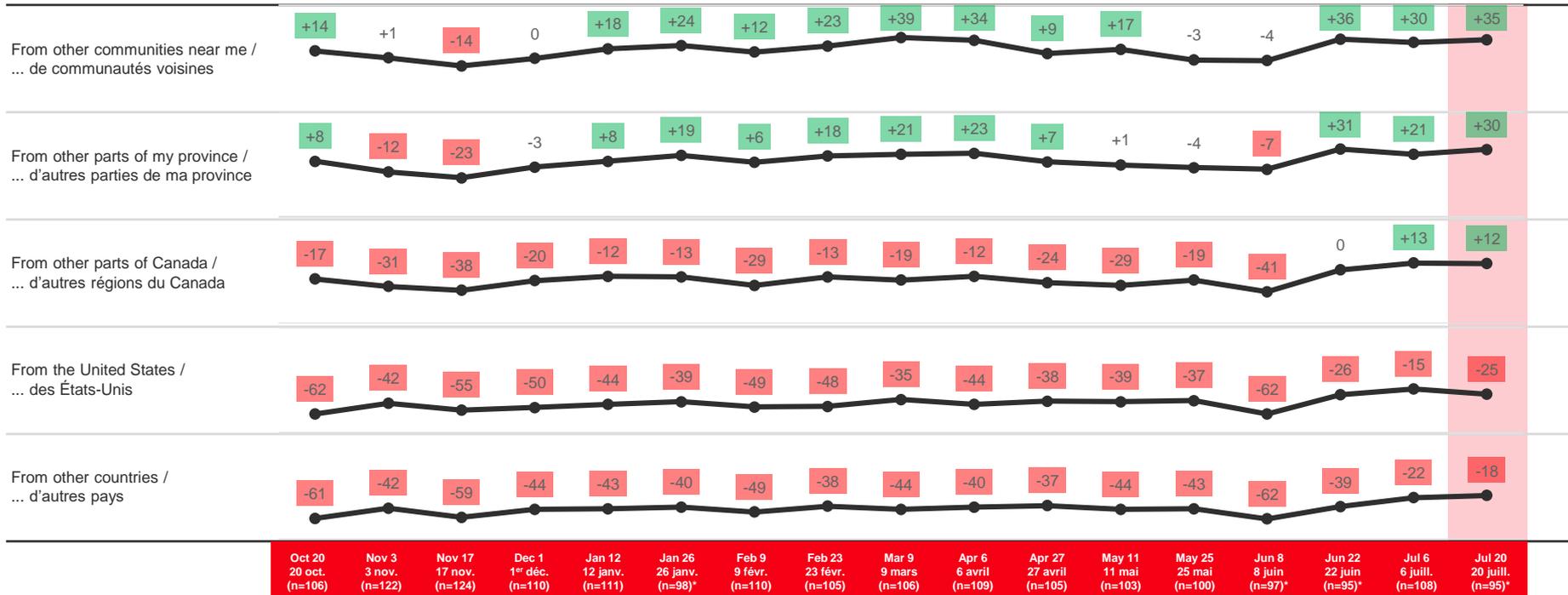
Niveau de référence : Saskatchewan

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

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

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



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

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

Base: Manitoba

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

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

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

Niveau de référence : Manitoba

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

Saskatchewan / Manitoba – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=89)*	Urban/Urbain (n=111)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+43	+38
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+37	+37
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+11	+18
From the United States / ... des États-Unis	-32	-8
From other countries / ... d'autres pays	-29	-7

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Saskatchewan / Manitoba

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

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

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

Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

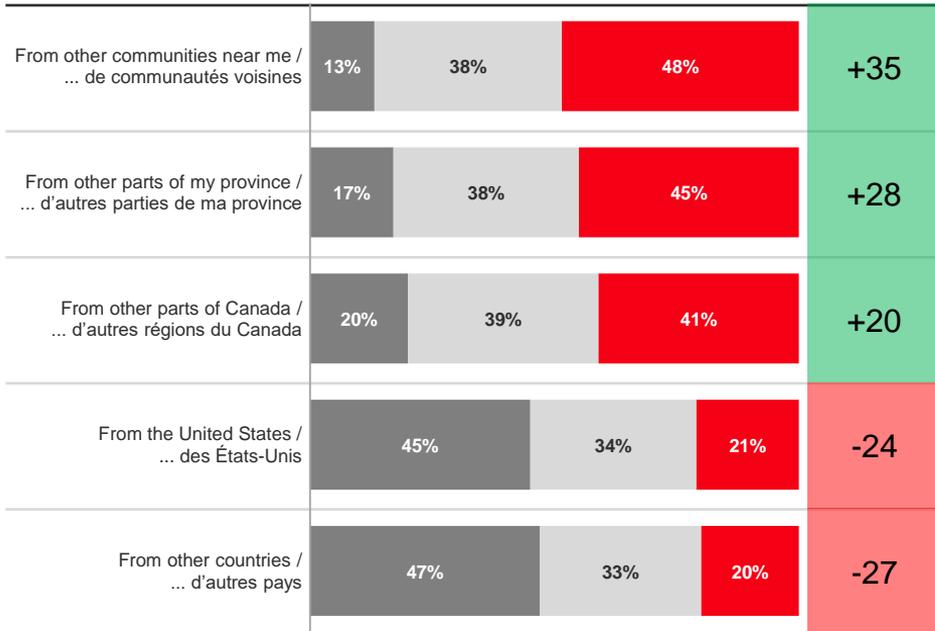
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

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

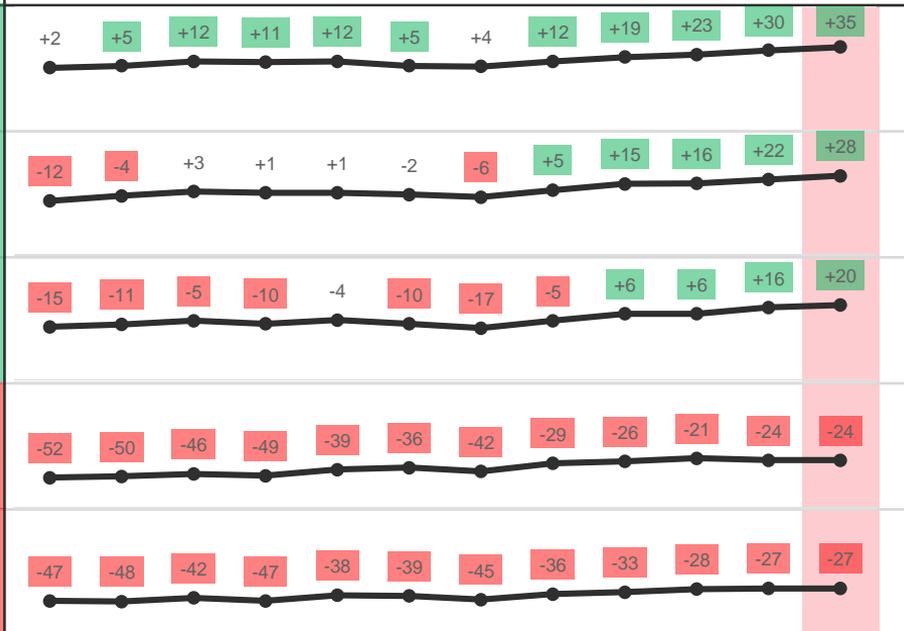
Jul 20 / 20 juill.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

Base: Ontario

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

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

Niveau de référence : Ontario

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

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

Jan 26 26 janv. (n=604)	Feb 9 9 févr. (n=604)	Feb 23 23 févr. (n=605)	Mar 9 9 mars (n=606)	Apr 6 6 avril (n=603)	Apr 27 27 avril (n=603)	May 11 11 mai (n=604)	May 25 25 mai (n=637)	Jun 8 8 juin (n=611)	Jun 22 22 juin (n=604)	Jul 6 6 juill. (n=604)	Jul 20 20 juill. (n=617)
-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=73)*	Urban/Urbain (n=539)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+34	+35
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+29	+29
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+15	+21
From the United States / ... des États-Unis	-42	-21
From other countries / ... d'autres pays	-37	-26

 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

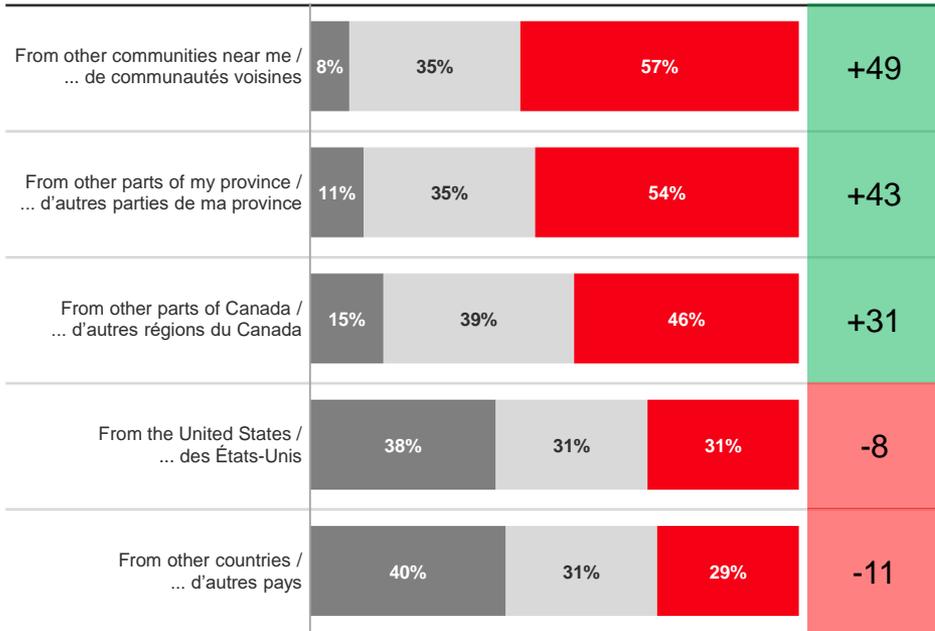
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Quebec / Québec

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

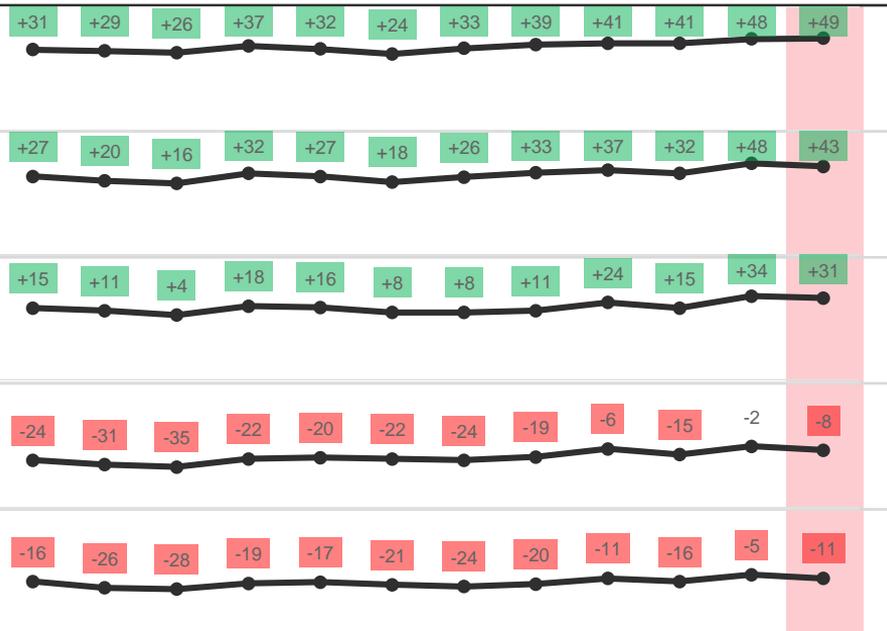
Jul 20 / 20 juill.

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: Québec

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

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

Niveau de référence : Québec

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

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

Jan 26 26 janv. (n=405)	Feb 9 9 févr. (n=418)	Feb 23 23 févr. (n=408)	Mar 9 9 mars (n=413)	Apr 6 6 avril (n=408)	Apr 27 27 avril (n=431)	May 11 11 mai (n=415)	May 25 25 mai (n=427)	Jun 8 8 juin (n=413)	Jun 22 22 juin (n=412)	Jul 6 6 juill. (n=407)	Jul 20 20 juill. (n=410)
-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=82)*	Urban/Urbain (n=325)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+57	+47
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+51	+41
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+33	+32
From the United States / ... des États-Unis	-5	-8
From other countries / ... d'autres pays	-7	-10

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

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

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

Base: Québec

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

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

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

Niveau de référence : Québec

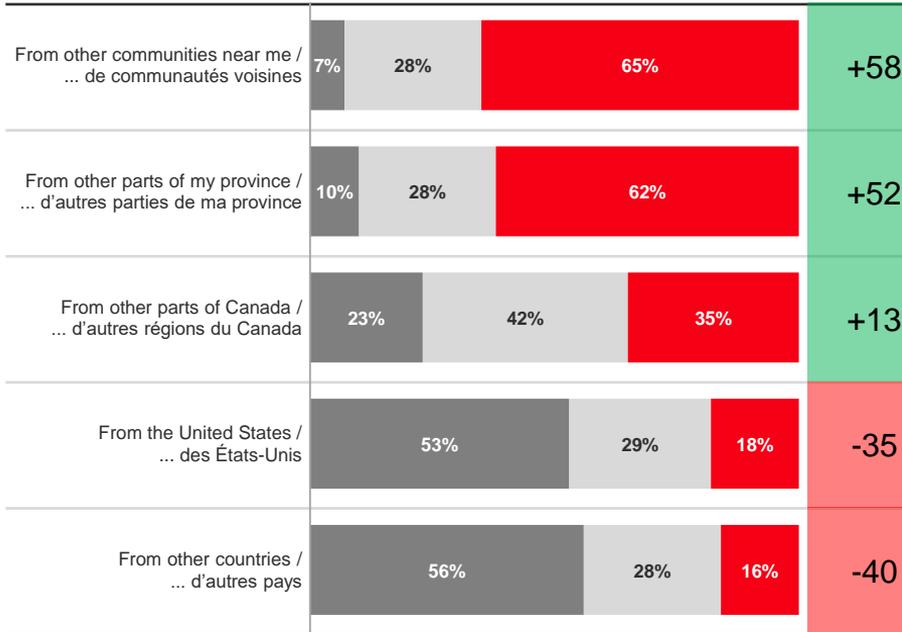
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique

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

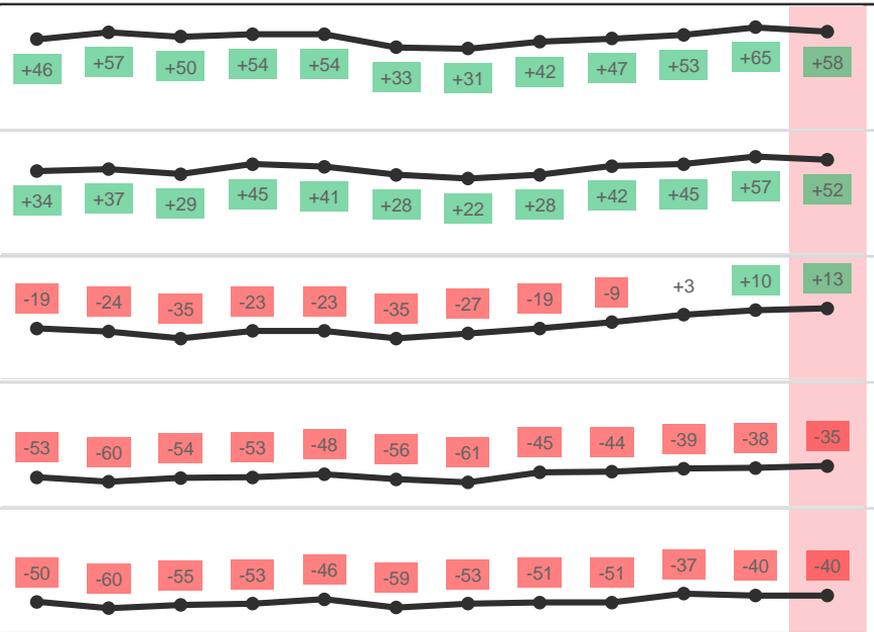
Jul 20 / 20 juill.

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 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

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)	Jun 8 8 juin (n=201)	Jun 22 22 juin (n=200)	Jul 6 6 juill. (n=201)	Jul 20 20 juill. (n=200)
-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------

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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=134)	Urban/Urbain (n=65)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+62	+58
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+53	+54
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+4	+18
From the United States / ... des États-Unis	-43	-28
From other countries / ... d'autres pays	-54	-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: Atlantic Canada

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

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

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

Niveau de référence : Canada atlantique

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