

# Resident Sentiment / Opinion des résidents

2021-08-17



Destination Canada provides permission to use this data.  
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2021-08-17"

Destination Canada donne l'autorisation d'utiliser ces données.  
Veuillez indiquer comme source : « Sondage hebdomadaire de Destination Canada sur  
l'opinion des résidents quant à la situation liée à la COVID-19, 2021-08-17 »



# Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
<b>BC</b>	▲ ▼	Compared to the previous week, feelings of safety have decreased significantly towards other parts of Canada. Additionally, after a significant decrease the previous week, feelings of safety have increased significantly towards the US, reverting to levels seen the week prior.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, levels have been trending downwards towards other parts of the province and other parts of Canada over the past 2 weeks tracked.
<b>Alberta</b>	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have increased significantly towards other parts of Canada and other international destinations (outside of the US). Feelings of safety towards these destinations have increased in the current week after seeing downward trends over the past 3 weeks of tracking.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, levels have been trending downwards towards nearby communities and other parts of the province over the past 2 weeks tracked.
<b>Saskatchewan*</b>	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. However, feelings of safety towards other parts of Canada have been trending downwards over the past 3 weeks.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards all domestic destinations and the US. Receptivity also continues to trend downwards over the past 2 weeks tracked towards other international destinations (outside of the US).
<b>Manitoba</b>	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable.	▼	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.
<b>Ontario</b>	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. While feelings of safety have generally remained stable for all domestic destinations since the beginning of July, they have been trending downwards towards the US since mid-July.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards the US. Receptivity also continues to trend downwards over the past 2 weeks tracked towards nearby communities, other parts of the province, and other international destinations (outside of the US).
<b>Quebec</b>	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. However, feelings of safety have been trending downwards for all domestic destinations over the past 2 weeks.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, levels have been trending downwards towards nearby communities over the past 2 weeks tracked, and towards other parts of the province, the US and other international destinations over the past 3 weeks tracked.
<b>Atlantic Canada</b>	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have decreased significantly towards nearby communities and other parts of the province. Feelings of safety have also been trending downwards towards the US since the end of July and towards other international destinations since the beginning of August.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, levels have generally been trending downwards towards nearby communities over the past 3 weeks tracked.

\* 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 a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres régions du Canada. Par ailleurs, après une baisse marquée la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager aux États-Unis, revenant au niveau de la semaine d'avant.	■	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, les résultats ont été à la baisse pour la publicité dirigée vers d'autres parties de la province et d'autres régions du Canada au cours des deux dernières semaines à l'étude.
<b>Alberta</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 et dans d'autres pays que les États-Unis. Le sentiment de sécurité à l'égard de ces destinations a augmenté au cours de la semaine à l'étude, après avoir été à la baisse pendant les trois dernières semaines ayant fait l'objet d'un suivi.	■	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, les résultats ont été à la baisse au cours des deux dernières semaines à l'étude pour la publicité dirigée vers des communautés voisines et d'autres parties de la province.
<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. Cependant, on observe une tendance à la baisse pour ce qui est des voyages dans d'autres parties du Canada au cours des trois dernières semaines à l'étude.	▼	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté dirigée vers les visiteurs de toutes les régions du pays et des États-Unis. Ils sont aussi moins ouverts à l'idée de voir de la publicité dirigée vers d'autres pays que les États-Unis ces deux dernières semaines.
<b>Manitoba</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 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.
<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. Si le sentiment de sécurité est demeuré généralement stable depuis début juillet pour ce qui est des voyages partout au pays, on observe une tendance à la baisse en ce qui concerne les voyages aux États-Unis depuis la mi-juillet.	▼	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté dirigée vers les visiteurs des États-Unis. Ils sont aussi moins ouverts à l'idée de voir de la publicité dirigée vers des communautés voisines, d'autres régions de la province et d'autres pays que les États-Unis ces deux dernières semaines.
<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. Cependant, au cours des deux dernières semaines, on observe une tendance à la baisse pour ce qui est des voyages dans toutes les destinations du pays.	■	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, les résultats sont à la baisse depuis deux semaines pour la publicité dirigée vers des communautés voisines, et depuis trois semaines pour celle dirigée vers les autres régions de la province, les États-Unis et d'autres pays que les États-Unis.
<b>Canada atlantique</b>	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans des communautés voisines et dans d'autres régions de la province. Le sentiment de sécurité connaît aussi une tendance à la baisse depuis fin juillet pour les voyages aux États-Unis et depuis début août pour les voyages ailleurs à l'étranger.	■	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, les résultats ont été généralement à la baisse au cours des trois dernières semaines à l'étude pour la publicité dirigée vers des communautés voisines.

\* 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=606)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=200)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	83%	87%	84%	84%	78%	84%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	73%	82%	79%	75%	78%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	45%	71%	59%	60%	60%	45%
The United States / ... aux États-Unis	25%	35%	29%	23%	33%	9%
Internationally / ... dans d'autres pays	23%	37%	29%	23%	27%	8%

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

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

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

# British Columbia / Colombie-Britannique

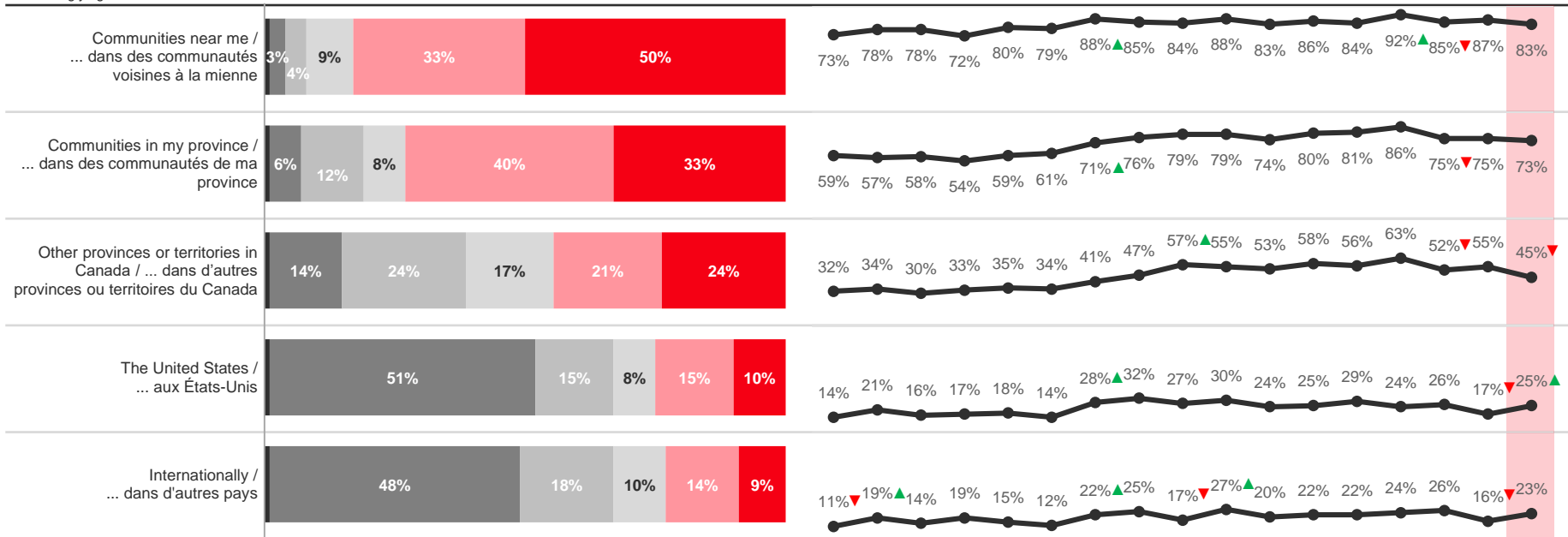
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Aug 17 / 17 août

Trending / Tendance

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



Base: British Columbia

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

Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

Apr 27 (n=212) May 4 (n=200) May 11 (n=205) May 18 (n=205) May 25 (n=227) Jun 1 (n=217) Jun 8 (n=204) Jun 15 (n=200) Jun 22 (n=214) Jun 29 (n=202) Jul 6 (n=202) Jul 13 (n=203) Jul 20 (n=201) Jul 27 (n=203) Aug 3 (n=210) Aug 10 (n=207) Aug 17 (n=200)

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

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





# British Columbia / Colombie-Britannique

## Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=64)*	Urban/Urbain (n=135)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	87%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	75%	74%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	38%	46%
The United States / ... aux États-Unis	15%	27%
Internationally / ... dans d'autres pays	13%	25%

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

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

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

Base: British Columbia

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

# Alberta

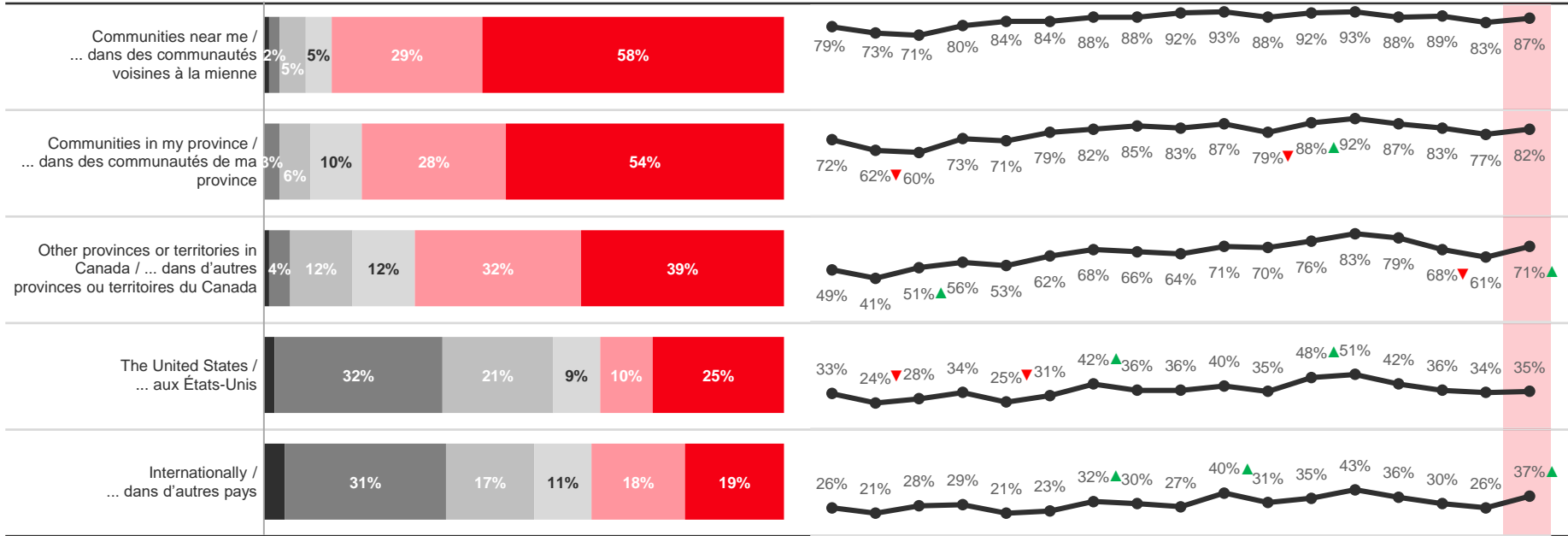
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

**Aug 17 / 17 août**

**Trending / Tendance**

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



Apr 27 27 avril (n=201)	May 4 4 mai (n=200)	May 11 11 mai (n=203)	May 18 18 mai (n=200)	May 25 25 mai (n=222)	Jun 1 1 juin (n=214)	Jun 8 8 juin (n=209)	Jun 15 15 juin (n=200)	Jun 22 22 juin (n=212)	Jun 29 29 juin (n=201)	Jul 6 6 juill. (n=203)	Jul 13 13 juill. (n=203)	Jul 20 20 juill. (n=201)	Jul 27 27 juill. (n=204)	Aug 3 3 août (n=200)	Aug 10 10 août (n=205)	Aug 17 17 août (n=200)
-------------------------------	---------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------

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

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

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



# Alberta

## Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=80)*	Urban/Urbain (n=119)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	95%	84%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	90%	79%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	80%	67%
The United States / ... aux États-Unis	39%	33%
Internationally / ... dans d'autres pays	38%	35%

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

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

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

Base: Alberta

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Alberta

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

# Saskatchewan / Manitoba

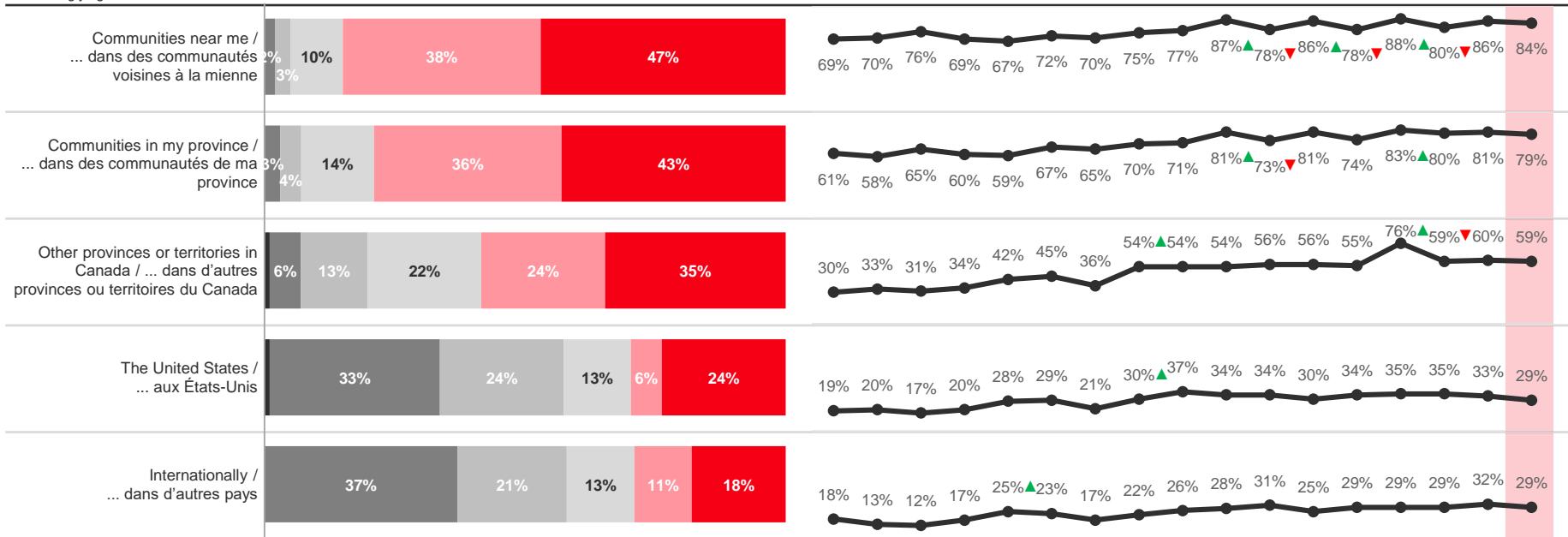
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Aug 17 / 17 août

Trending / Tendance

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



Base: Saskatchewan / Manitoba

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

Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba

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

Apr 27 (n=201) May 4 (n=200) May 11 (n=201) May 18 (n=200) May 25 (n=206) Jun 1 (n=205) Jun 8 (n=202) Jun 15 (n=201) Jun 22 (n=200) Jun 29 (n=200) Jul 6 (n=201) Jul 13 (n=204) Jul 20 (n=201) Jul 27 (n=200) Aug 3 (n=200) Aug 10 (n=200) Aug 17 (n=200)

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

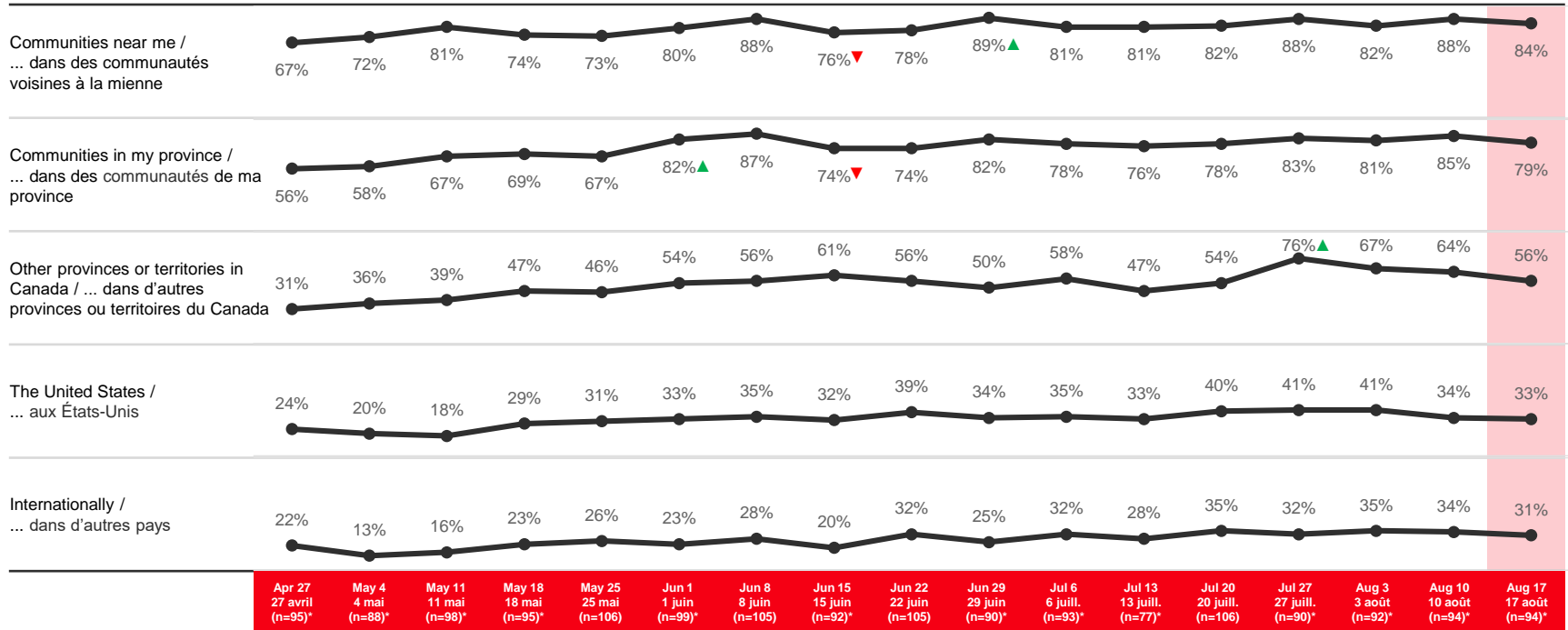
▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

# Saskatchewan

*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%)

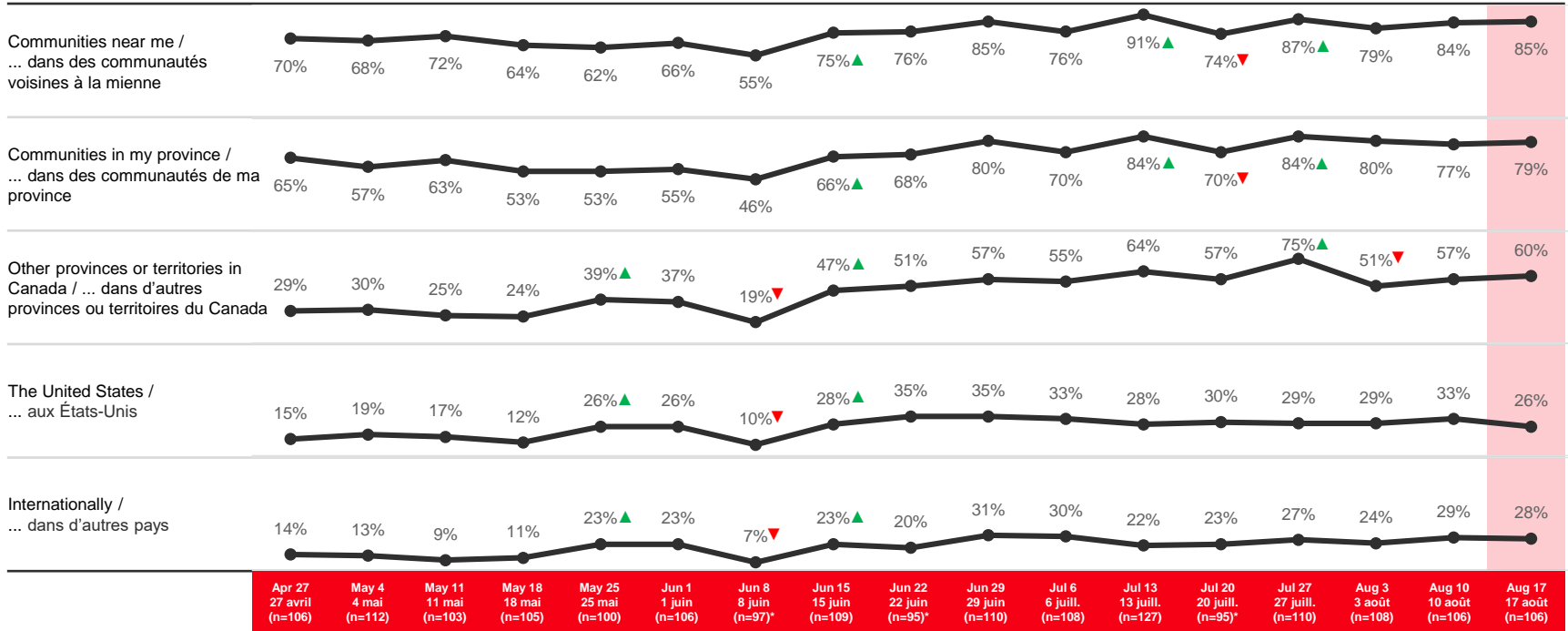


# Manitoba

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

### Trending / Tendence

% 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=101)	Urban/Urbain (n=98)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	89%	83%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	85%	78%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	64%	56%
The United States / ... aux États-Unis	36%	27%
Internationally / ... dans d'autres pays	36%	27%

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

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

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

Base: Saskatchewan / Manitoba

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

# Ontario

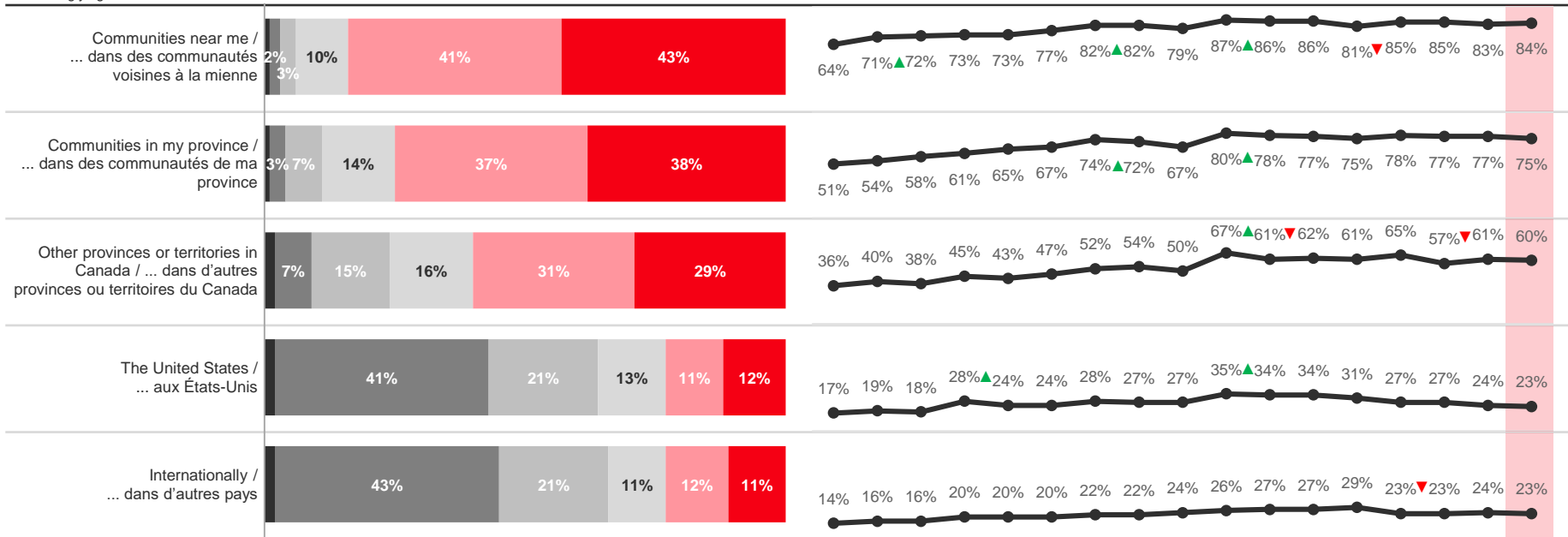
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Aug 17 / 17 août

Trending / Tendance

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



Apr 27 27 avril (n=603)	May 4 4 mai (n=602)	May 11 11 mai (n=604)	May 18 18 mai (n=605)	May 25 25 mai (n=637)	Jun 1 1 juin (n=625)	Jun 8 8 juin (n=611)	Jun 15 15 juin (n=604)	Jun 22 22 juin (n=604)	Jun 29 29 juin (n=604)	Jul 6 6 juillet (n=604)	Jul 13 13 juillet (n=605)	Jul 20 20 juillet (n=617)	Jul 27 27 juillet (n=605)	Aug 3 3 août (n=613)	Aug 10 10 août (n=612)	Aug 17 17 août (n=606)
-------------------------------	---------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------

▲ 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: 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... »





# Ontario

## Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=68)*	Urban/Urbain (n=533)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	81%	85%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	69%	76%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	55%	61%
The United States / ... aux États-Unis	15%	24%
Internationally / ... dans d'autres pays	18%	23%

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

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

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

Base: Ontario

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Ontario

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

# Quebec / Québec

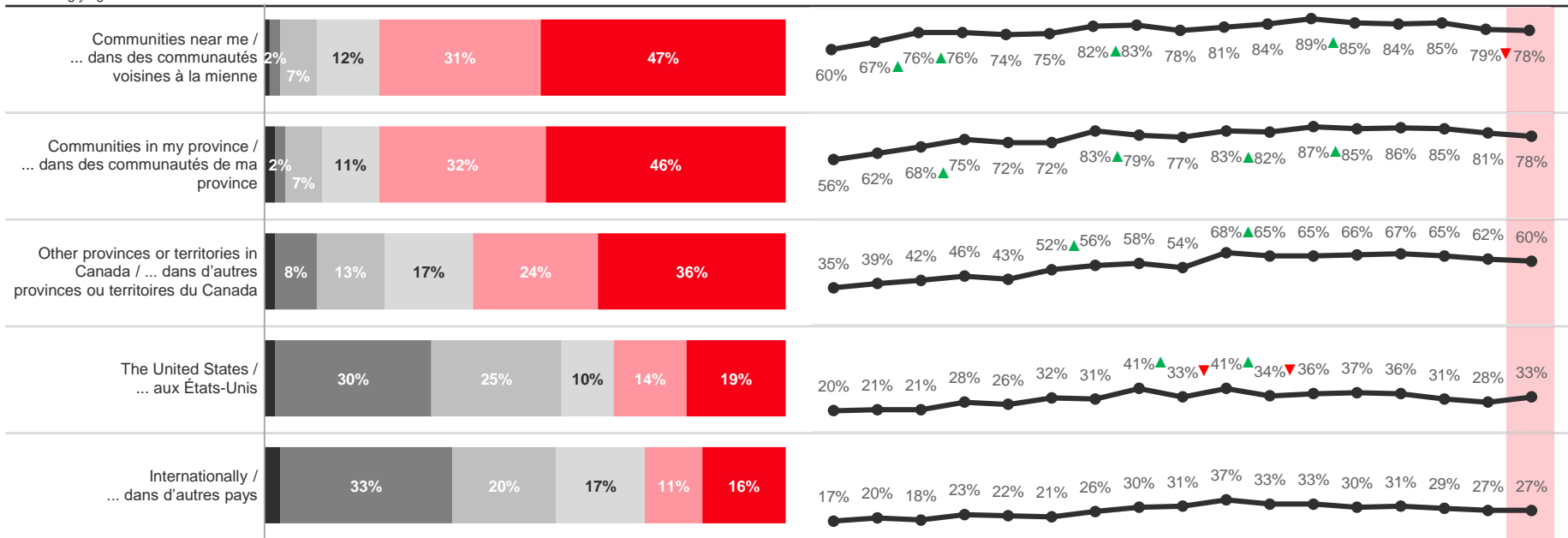
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Aug 17 / 17 août

Trending / Tendence

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



Apr 27 27 avril (n=431)	May 4 4 mai (n=408)	May 11 11 mai (n=415)	May 18 18 mai (n=406)	May 25 25 mai (n=427)	Jun 1 1 juin (n=426)	Jun 8 8 juin (n=413)	Jun 15 15 juin (n=412)	Jun 22 22 juin (n=412)	Jun 29 29 juin (n=400)	Jul 6 6 juillet (n=407)	Jul 13 13 juillet (n=408)	Jul 20 20 juillet (n=410)	Jul 27 27 juillet (n=407)	Aug 3 3 août (n=411)	Aug 10 10 août (n=411)	Aug 17 17 août (n=409)
-------------------------------	---------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------

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

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

Base: Quebec

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

Niveau de référence : Québec

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



# Quebec / Québec

## Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=69)*	Urban/Urbain (n=336)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	88%	76%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	81%	77%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	57%	60%
The United States / ... aux États-Unis	29%	33%
Internationally / ... dans d'autres pays	24%	27%

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

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

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

Base: Quebec

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Québec

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

# Atlantic Canada / Canada atlantique

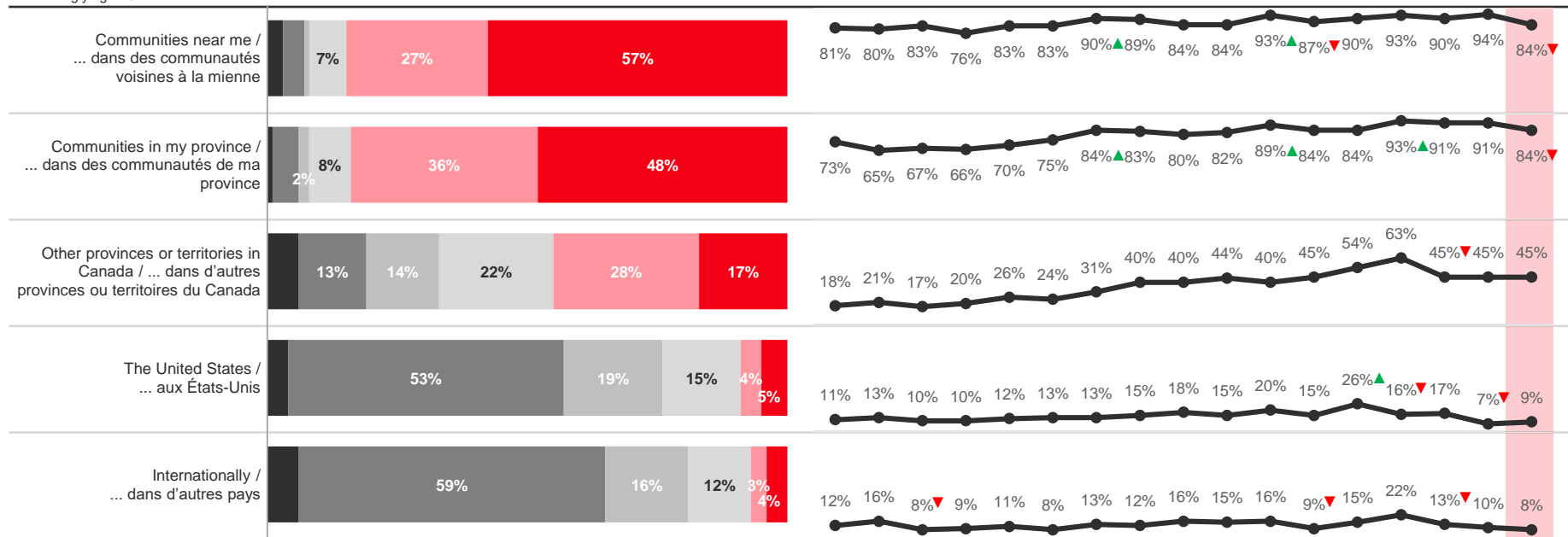
## I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Aug 17 / 17 août

Trending / Tendance

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



Base: Atlantic Canada

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

Niveau de référence : Canada atlantique

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

Apr 27 (n=200) May 4 (n=200) May 11 (n=201) May 18 (n=200) May 25 (n=205) Jun 1 (n=202) Jun 8 (n=201) Jun 15 (n=200) Jun 22 (n=200) Jun 29 (n=200) Jul 6 (n=201) Jul 13 (n=200) Jul 20 (n=200) Jul 27 (n=200) Aug 3 (n=200) Aug 10 (n=201) Aug 17 (n=200)

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

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

# Atlantic Canada / Canada atlantique

## Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=121)	Urban/Urbain (n=78)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	89%	82%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	84%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	44%	44%
The United States / ... aux États-Unis	13%	6%
Internationally / ... dans d'autres pays	9%	6%

\* 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=606)	QC/Qc (n=409)	ATL (n=200)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+37	+43	+37	+27	+42	+53
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+18	+40	+33	+22	+40	+52
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-1	+29	+18	+14	+28	+9
From the United States / ... des États-Unis	-37	-13	-22	-39	-20	-39
From other countries / ... d'autres pays	-39	-15	-23	-38	-20	-43

- 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=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	+37	+43	+37	+27	+42	+53
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	50%	52%	45%	43%	51%	58%
Neutral / Neutre	37%	40%	48%	41%	40%	36%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	13%	9%	8%	16%	9%	5%

- 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=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	+18	+40	+33	+22	+40	+52
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	42%	50%	43%	41%	51%	59%
Neutral / Neutre	33%	40%	47%	40%	39%	34%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	24%	10%	10%	19%	10%	7%

■ 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=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	-1	+29	+18	+14	+28	+9
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	32%	43%	41%	37%	44%	32%
Neutral / Neutre	34%	42%	37%	40%	39%	46%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	34%	15%	23%	23%	17%	23%

- 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=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	-37	-13	-22	-39	-20	-39
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	18%	27%	24%	16%	23%	14%
Neutral / Neutre	26%	32%	29%	28%	34%	33%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	55%	41%	47%	56%	43%	53%

- 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=210)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=613)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	-39	-15	-23	-38	-20	-43
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	18%	25%	25%	16%	22%	11%
Neutral / Neutre	25%	35%	27%	29%	37%	35%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	57%	40%	48%	54%	42%	54%

- 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?

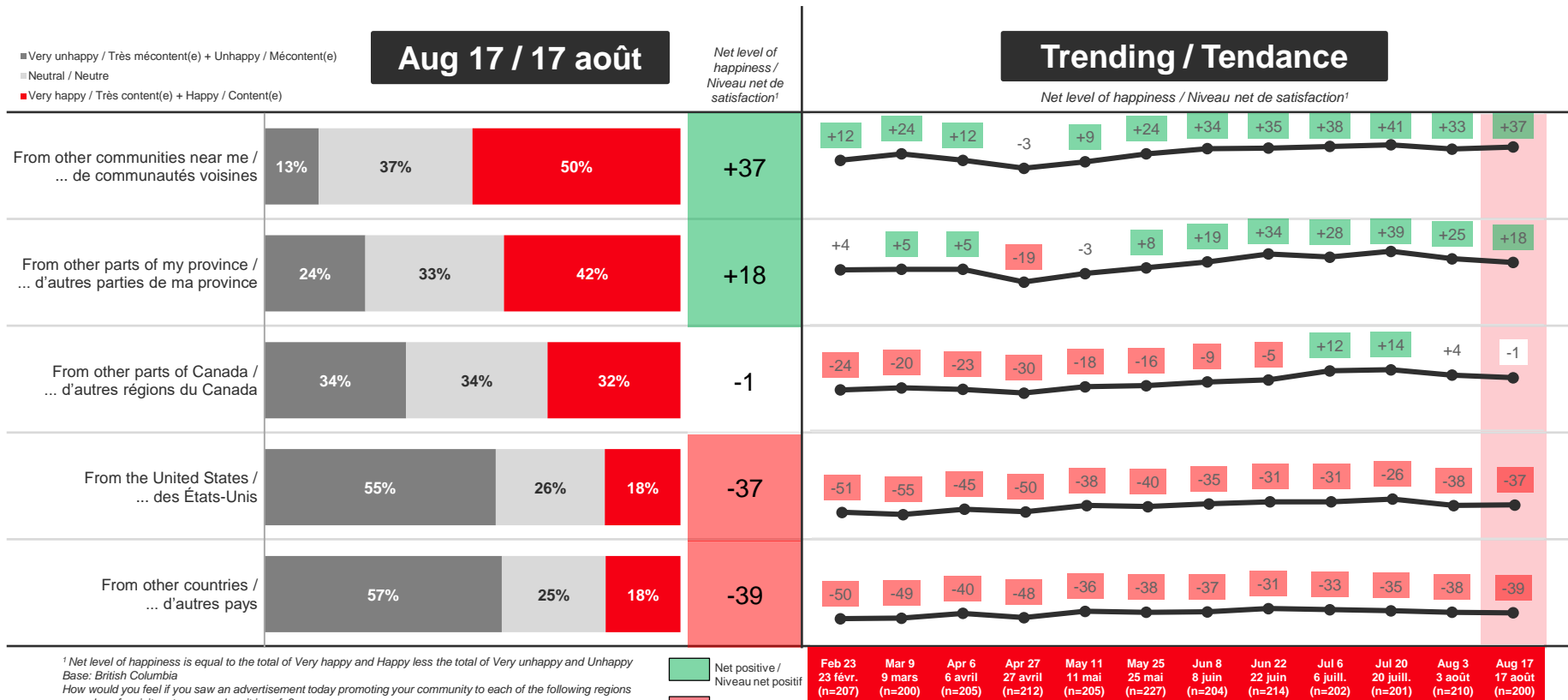
<sup>1</sup> Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

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 %)

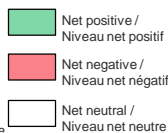
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

# British Columbia / Colombie-Britannique



<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?






Date	Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>
Feb 23 / 23 févr. (n=207)	+12
Mar 9 / 9 mars (n=200)	+24
Apr 6 / 6 avril (n=205)	+12
Apr 27 / 27 avril (n=212)	-3
May 11 / 11 mai (n=205)	+9
May 25 / 25 mai (n=227)	+24
Jun 8 / 8 juin (n=204)	+34
Jun 22 / 22 juin (n=214)	+35
Jul 6 / 6 juill. (n=202)	+38
Jul 20 / 20 juill. (n=201)	+41
Aug 3 / 3 août (n=210)	+33
Aug 17 / 17 août (n=200)	+37

# British Columbia / Colombie-Britannique

## Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=64)*	Urban/Urbain (n=135)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+54	+34
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+33	+16
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-3	-1
From the United States / ... des États-Unis	-46	-35
From other countries / ... d'autres pays	-54	-37

	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 ».

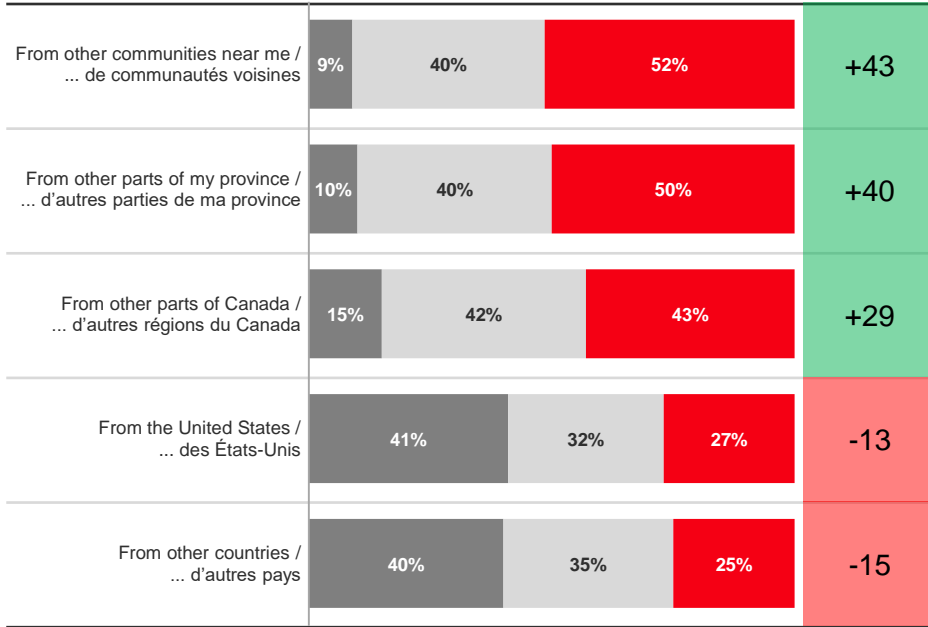
Niveau de référence : Colombie-Britannique

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)

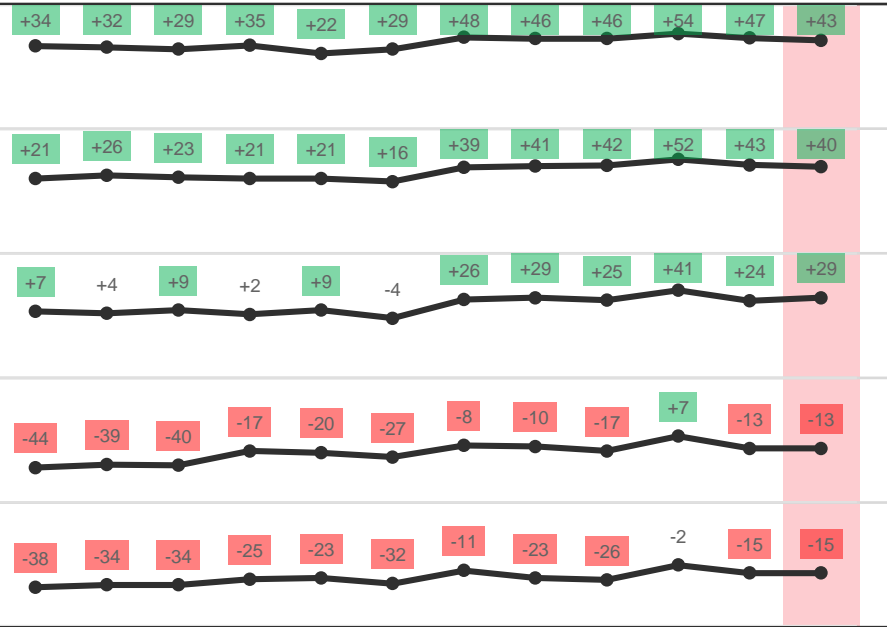
## Aug 17 / 17 août

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

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)	Aug 3 3 août (n=200)	Aug 17 17 août (n=200)
-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

# Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=80)*	Urban/Urbain (n=119)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+57	+37
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+55	+34
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+43	+23
From the United States / ... des États-Unis	-6	-18
From other countries / ... d'autres pays	-7	-20

 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 ?

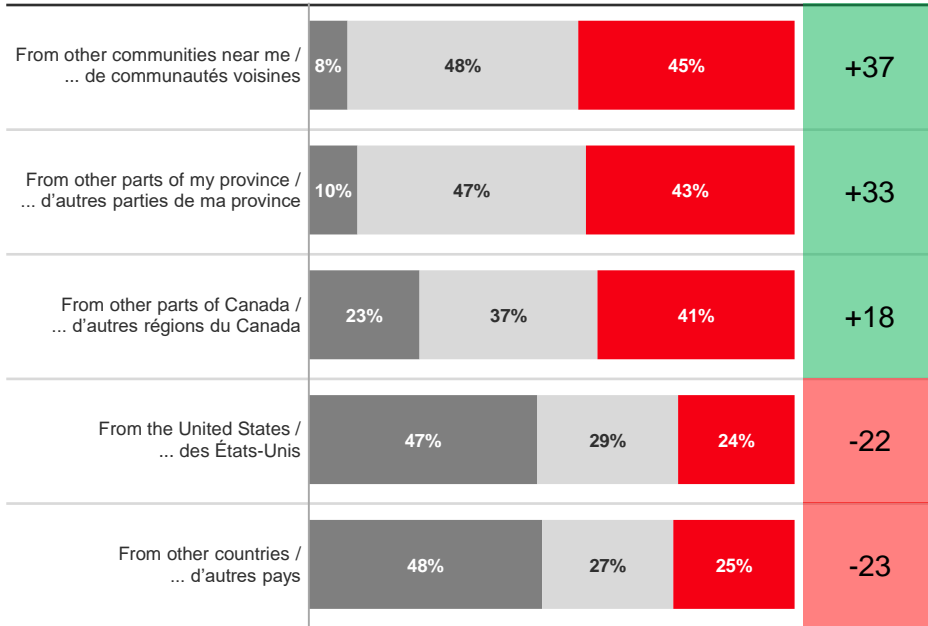


# Saskatchewan / Manitoba

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

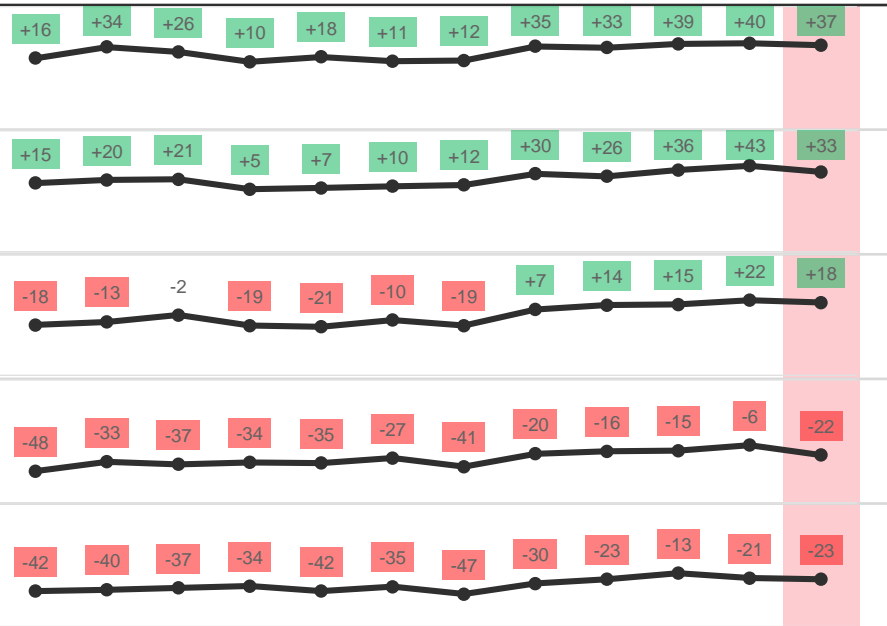
**Aug 17 / 17 août**

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

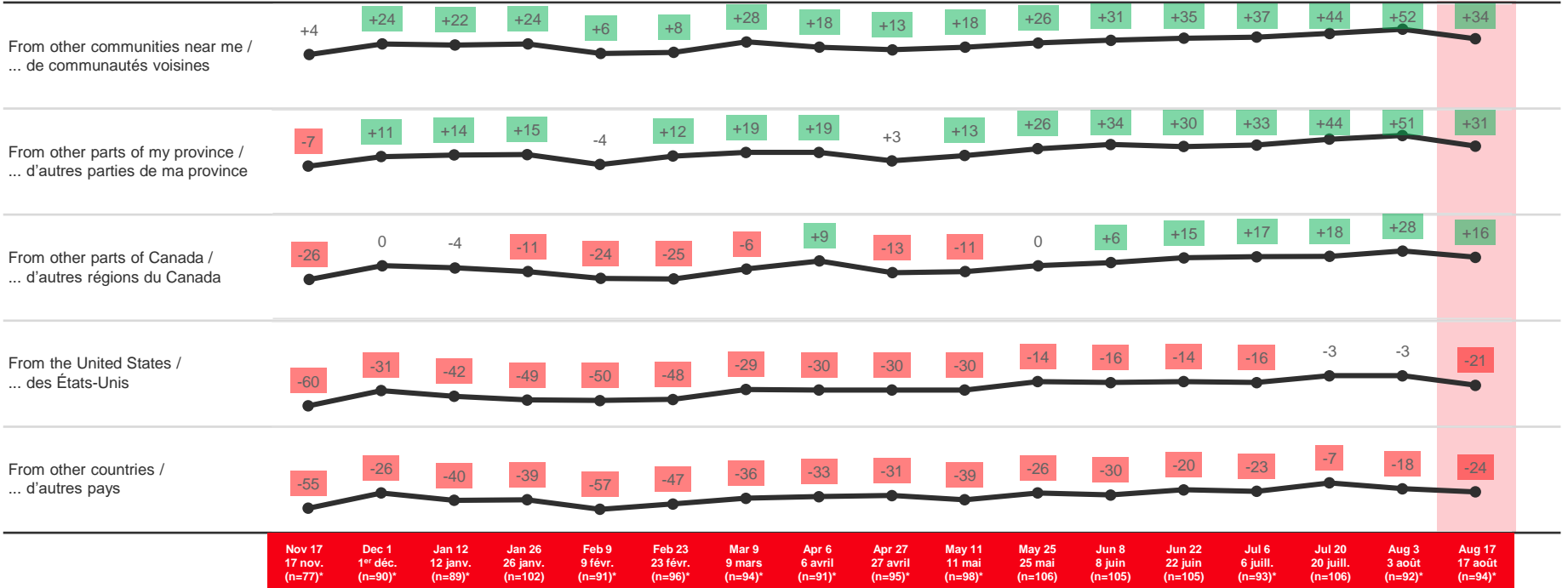
Feb 23 23 févr. (n=201)   Mar 9 9 mars (n=200)   Apr 6 6 avril (n=200)   Apr 27 27 avril (n=201)   May 11 11 mai (n=201)   May 25 25 mai (n=206)   Jun 8 8 juin (n=202)   Jun 22 22 juin (n=200)   Jul 6 6 juill. (n=201)   Jul 20 20 juill. (n=201)   Aug 3 3 août (n=200)   Aug 17 17 août (n=200)

# Saskatchewan

## Trending / Tendance

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: 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 ».

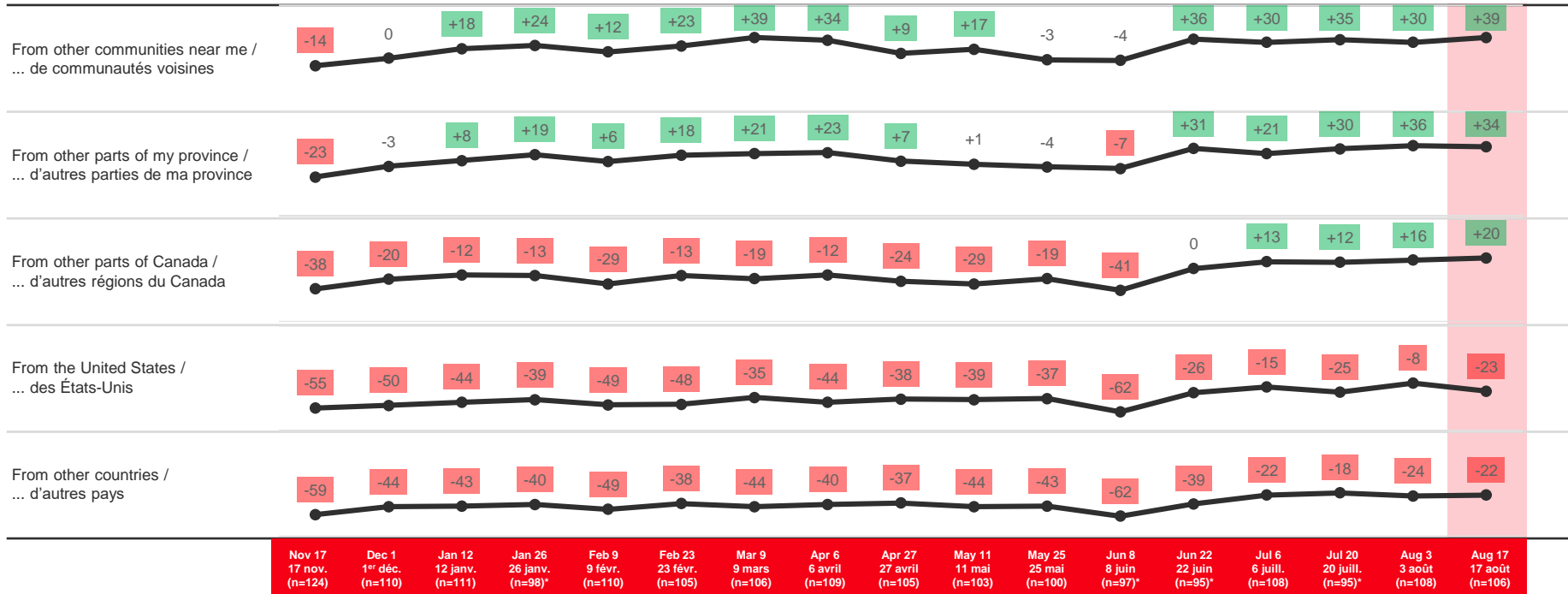
Niveau de référence : Saskatchewan

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=101)	Urban/Urbain (n=98)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+48	+33
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+43	+28
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+25	+17
From the United States / ... des États-Unis	-14	-25
From other countries / ... d'autres pays	-14	-26

 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 ».

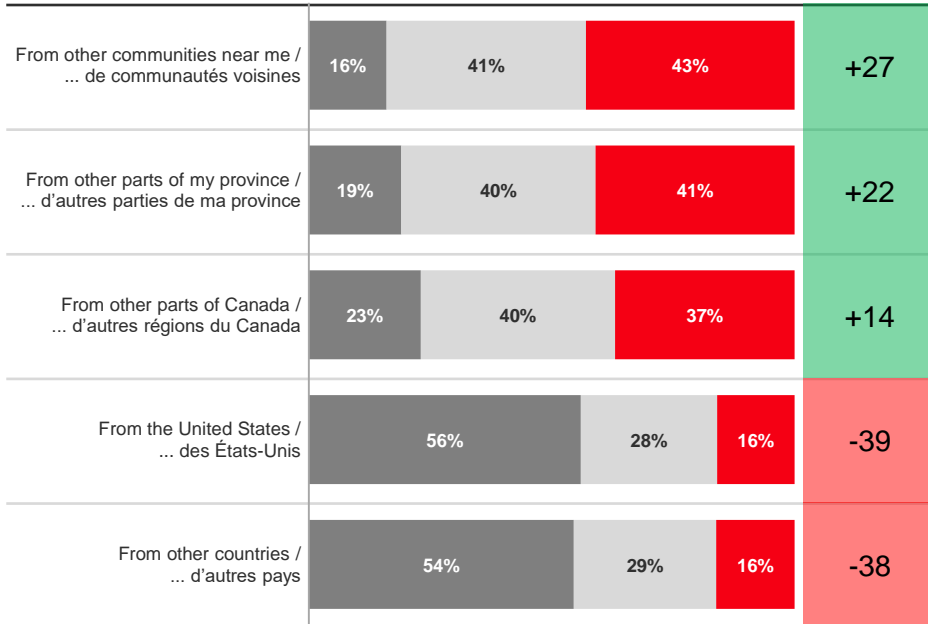
Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

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)

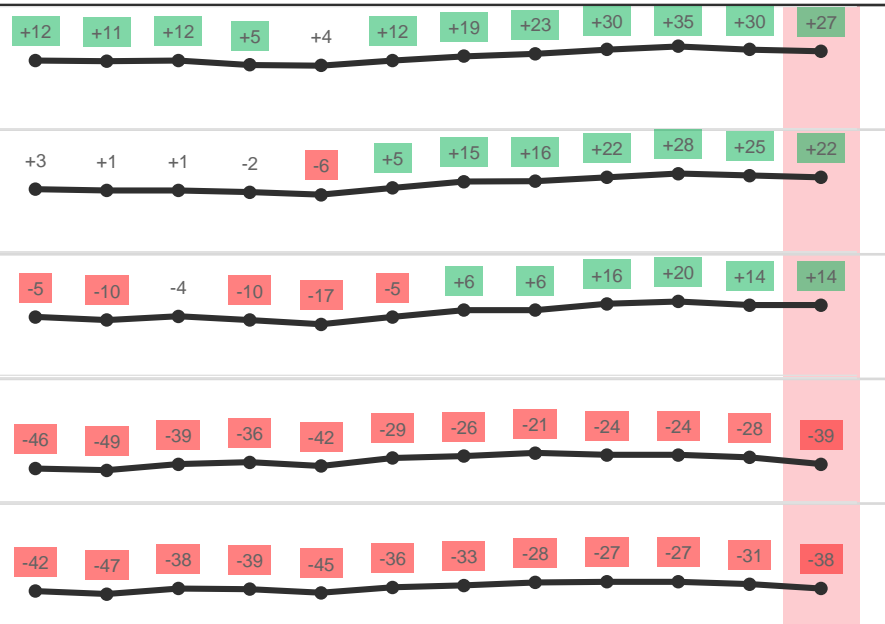
## Aug 17 / 17 août

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: 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

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)	Aug 3 3 août (n=613)	Aug 17 17 août (n=606)
-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

# Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=68)*	Urban/Urbain (n=533)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+24	+27
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+21	+21
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+1	+15
From the United States / ... des États-Unis	-53	-38
From other countries / ... d'autres pays	-49	-37

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

Niveau de référence : Ontario

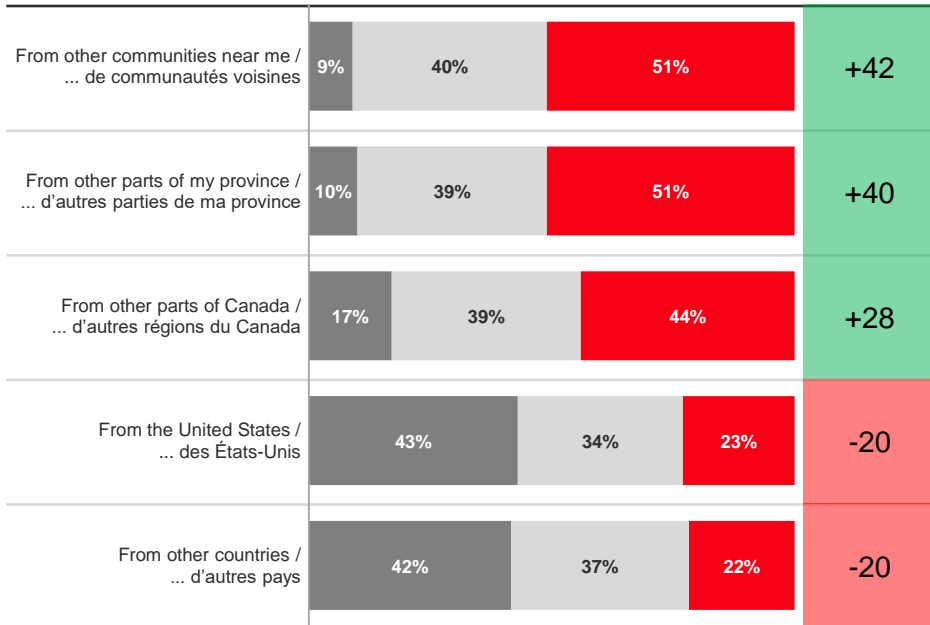
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

# Quebec / Québec

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

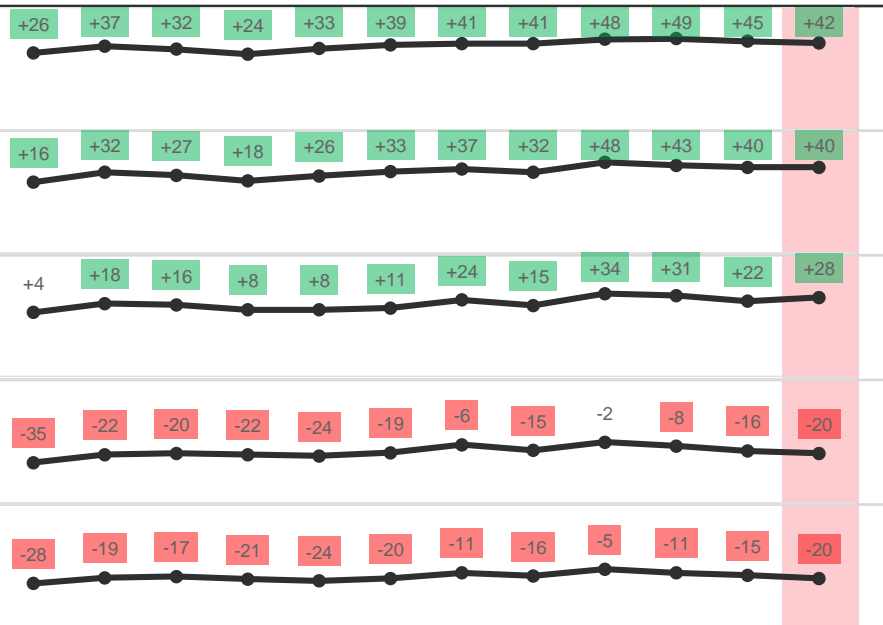
**Aug 17 / 17 août**

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=69)*	Urban/Urbain (n=336)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+49	+41
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+38	+41
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+22	+29
From the United States / ... des États-Unis	-26	-20
From other countries / ... d'autres pays	-23	-19

 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?

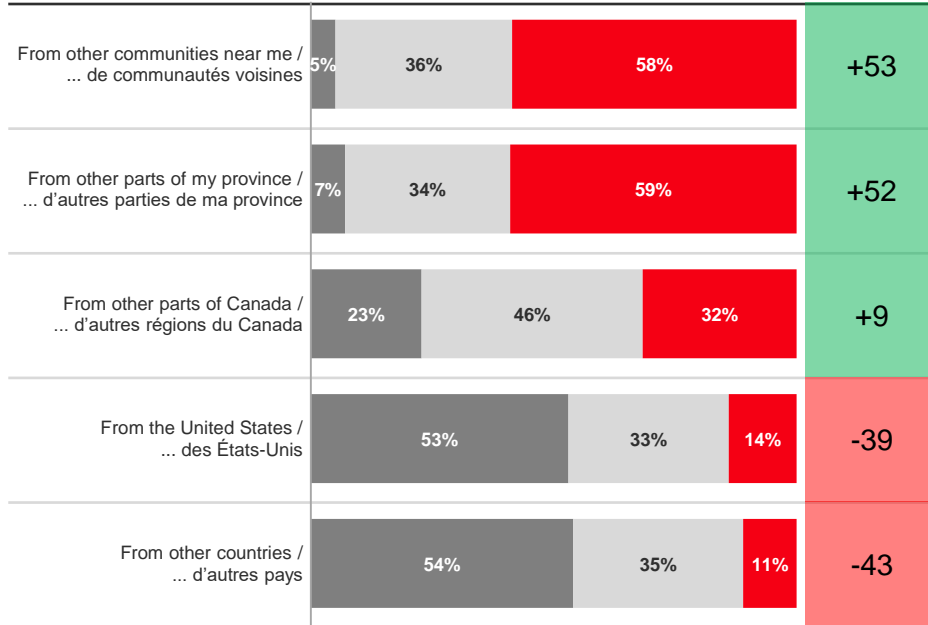


# Atlantic Canada / Canada atlantique

**Aug 17 / 17 août**

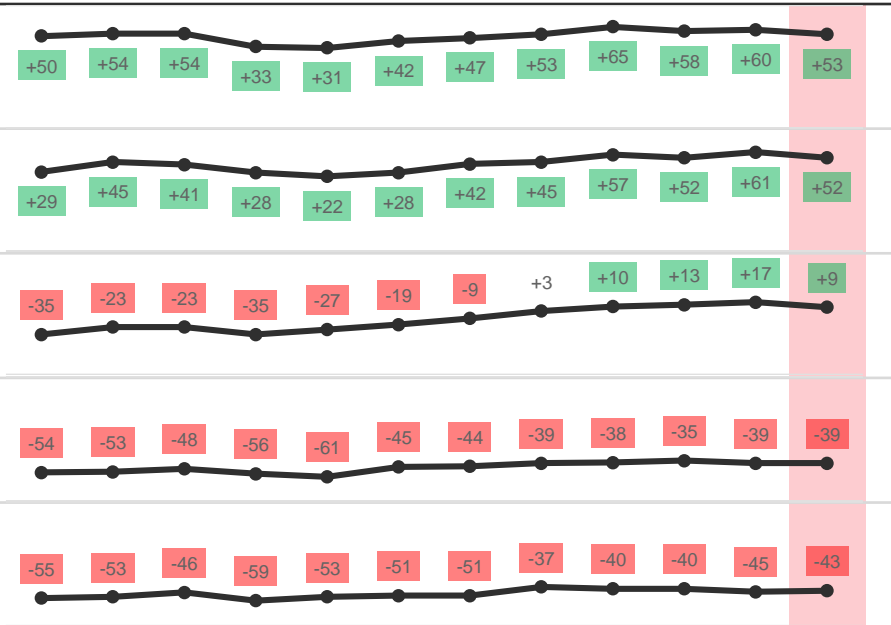
- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

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

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)   Aug 3 / 3 août (n=200)   Aug 17 / 17 août (n=200)

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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction <sup>1</sup>	Rural/Rural (n=121)	Urban/Urbain (n=78)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+45	+57
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+48	+53
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-4	+14
From the United States / ... des États-Unis	-50	-35
From other countries / ... d'autres pays	-53	-38

- 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?