

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2020-10-06



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2020-10-06"

Destination Canada donne l'autorisation d'utiliser ces données.
Veuillez indiquer comme source : « Sondage hebdomadaire de Destination Canada sur
l'opinion des résidents quant à la situation liée à la COVID-19, 2020-10-06 »

Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
BC	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.
Alberta	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have decreased significantly towards travel to nearby communities, to other provinces in Canada, and to international destinations.	—	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.
Saskatchewan / Manitoba	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have increased significantly towards travel to the US, this reverses some of the declines seen the week prior.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards other parts of Canada. After increasing the previous week tracked, receptivity has also decreased towards foreign countries outside of the US, reverting back to the prior week's levels.
Ontario	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards all domestic regions. Notably, promoting to nearby communities has moved from positive to neutral and promoting to other parts of the province has moved from positive to negative.
Quebec	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have decreased significantly towards travel to all domestic destinations and to the US. Feelings of safety have been strongly trending downwards for all domestic destinations two weeks in a row.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards all domestic regions. Notably, promoting to nearby communities has moved from positive to neutral and promoting to other parts of the province and other parts of Canada has moved from positive to negative.
Atlantic Canada	—	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards other parts of the province and other parts of Canada

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 pour les voyages dans l'ensemble des destinations.	▬	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant l'ensemble des régions demeure inchangée.
Alberta	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans des collectivités voisines et dans d'autres provinces au pays ainsi qu'aux États-Unis et dans d'autres pays.	▬	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant l'ensemble des régions demeure inchangée.
Saskatchewan / Manitoba	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager aux États-Unis, inversant donc plusieurs tendances à la baisse observées précédemment.	▼	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 leurs collectivités ciblant d'autres régions du Canada. Après une hausse de la réceptivité envers la publicité s'adressant à des visiteurs d'autres pays (hors États-Unis) la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, l'opinion des résidents est moins favorable pour la semaine à l'étude, revenant aux niveaux observés précédemment.
Ontario	▬	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable pour les voyages dans l'ensemble des destinations.	▼	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant l'ensemble des régions canadiennes a connu un recul. Notamment, la réaction à la publicité s'adressant aux visiteurs des collectivités voisines n'est plus positive mais neutre, et la réaction à la publicité s'adressant aux visiteurs d'autres parties de la province n'est plus positive mais négative.
Québec	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager au Canada et aux États-Unis. Pour la deuxième semaine de suite, le sentiment de sécurité a fortement chuté pour tous les voyages au pays.	▼	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités ciblant l'ensemble des régions canadiennes a connu un recul. Notamment, la réaction à la publicité s'adressant aux visiteurs des collectivités voisines n'est plus positive mais neutre, et la réaction à la publicité s'adressant aux visiteurs d'autres parties de la province et d'autres régions du pays n'est plus positive mais négative.
Canada atlantique	▬	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable pour les voyages dans l'ensemble des destinations.	▼	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 leurs collectivités ciblant d'autres parties de la province et d'autres régions du pays.

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 in Canada
- I feel safe to travel to the United States
- I feel safe to travel internationally

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

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

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

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

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

Méthodologie

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

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

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

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

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?	Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?
<ul style="list-style-type: none">• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs de collectivités voisines.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs d'autres parties de ma province.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs d'autres régions du Canada.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs des États-Unis.• J'accueillerais volontiers dans ma collectivité des visiteurs d'autres pays que les États-Unis.	<ul style="list-style-type: none">• Publicité dirigée vers les visiteurs de collectivités voisines.• Publicité dirigée vers les visiteurs d'autres parties de ma province.• Publicité dirigée vers les visiteurs d'autres régions du Canada.• Publicité dirigée vers les visiteurs des États-Unis.• Publicité dirigée vers les visiteurs d'autres pays.

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

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

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

1
I Feel Safe to Travel

**Je me sens à l'aise de
voyager**

Comparison by Region / Comparaison par région

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

% Somewhat / Strongly Agree % Tout à fait d'accord / Plutôt d'accord	BC/C.-B. (n=202)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=412)	ATL (n=202)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	75%	78%	68%	67%	47%	85%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	67%	74%	61%	53%	39%	82%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	33%	43%	30%	33%	27%	19%
The United States / ... aux États-Unis	7%	14%	13%	10%	6%	5%
Internationally / ... à l'étranger	10%	15%	9%	8%	9%	5%

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

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

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

British Columbia / Colombie-Britannique

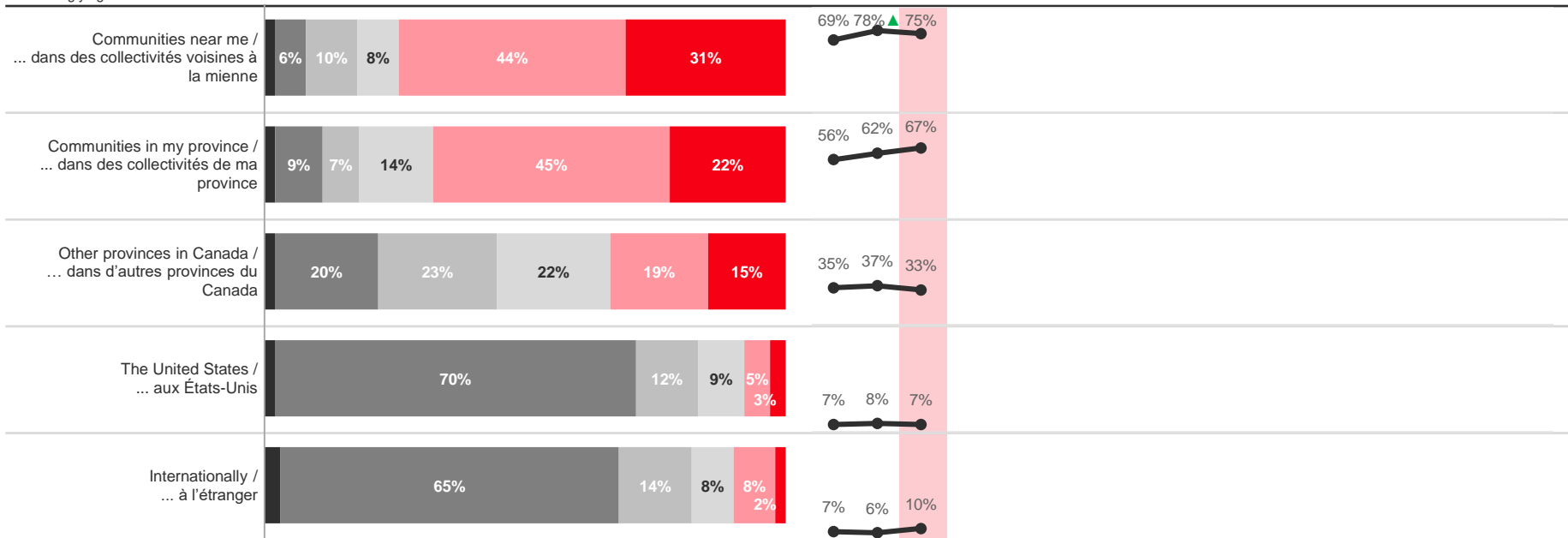
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Oct 6 / 6 oct.

Trending / Tendence

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



Sept 15 (n=204) Sept 29 (n=200) Oct 6 (n=202)

▲ 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=68)*	Urban/Urbain (n=128)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	78%	74%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	64%	70%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	30%	35%
The United States / ... aux États-Unis	5%	8%
Internationally / ... à l'étranger	8%	11%

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

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

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

Base: British Columbia

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Alberta

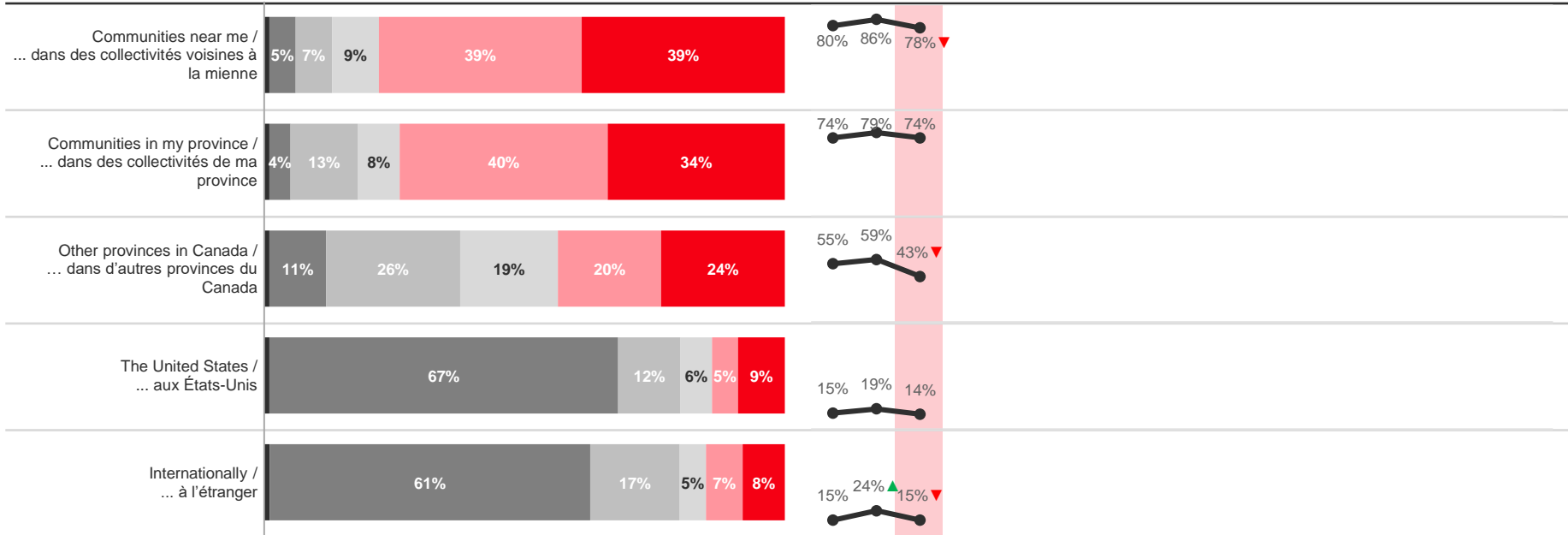
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Oct 6 / 6 oct.

Trending / Tendence

% 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... »

Sept 15 (n=205) Sept 29 (n=201) Oct 6 (n=209)

▲ 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=43)*	Urban/Urbain (n=163)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	84%	76%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	71%	75%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	41%	43%
The United States / ... aux États-Unis	13%	15%
Internationally / ... à l'étranger	15%	15%

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

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

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

Base: Alberta

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Alberta

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Saskatchewan / Manitoba

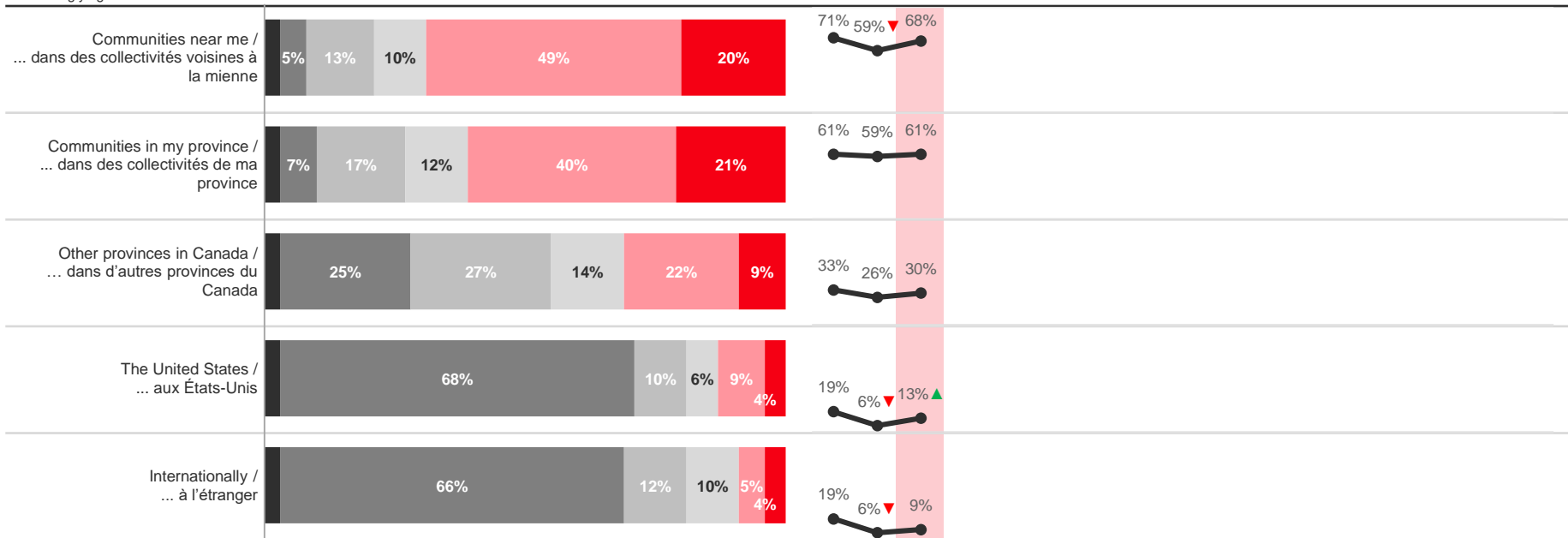
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Oct 6 / 6 oct.

Trending / Tendence

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



Base: Saskatchewan / Manitoba

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

Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba

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

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

▲ 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=93)*	Urban/Urbain (n=103)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	76%	68%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	59%	65%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	30%	32%
The United States / ... aux États-Unis	14%	15%
Internationally / ... à l'étranger	4%	10%

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

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

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

Base: Saskatchewan / Manitoba

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Ontario

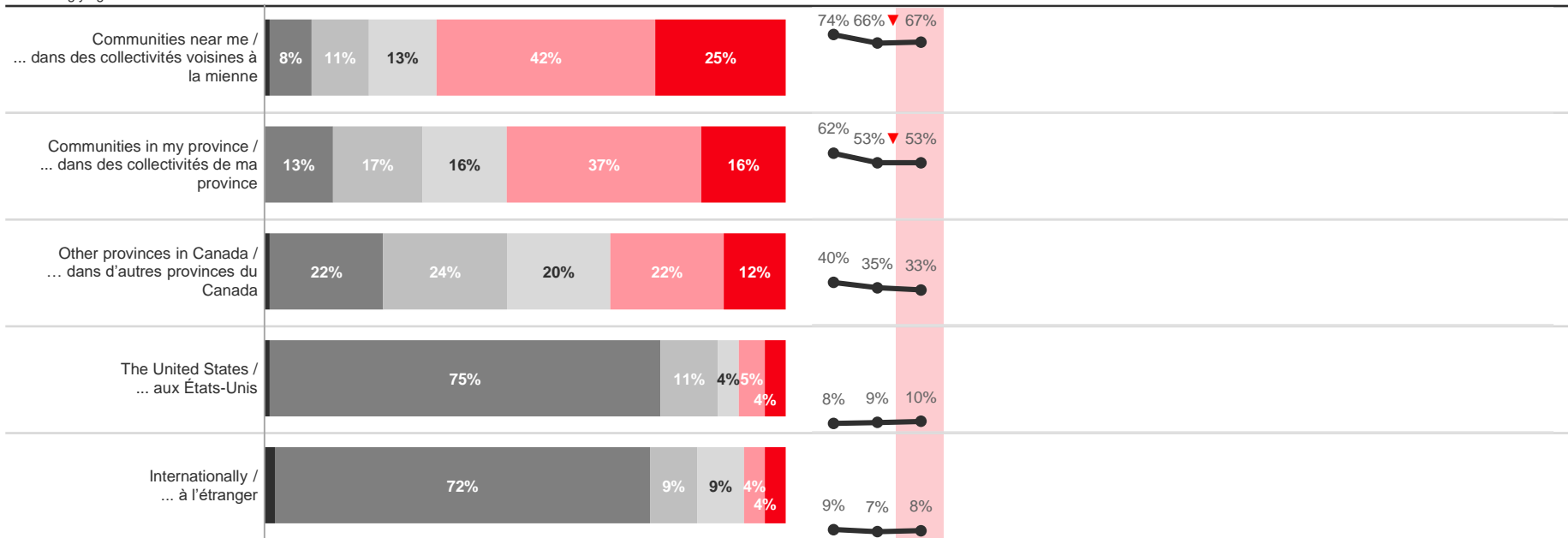
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Oct 6 / 6 oct.

Trending / Tendence

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



Base: Ontario

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

Niveau de référence : Ontario

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

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

▲ 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=87)*	Urban/Urbain (n=509)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	72%	66%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	51%	54%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	31%	34%
The United States / ... aux États-Unis	10%	10%
Internationally / ... à l'étranger	7%	9%

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

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

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

Base: Ontario

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Ontario

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Quebec / Québec

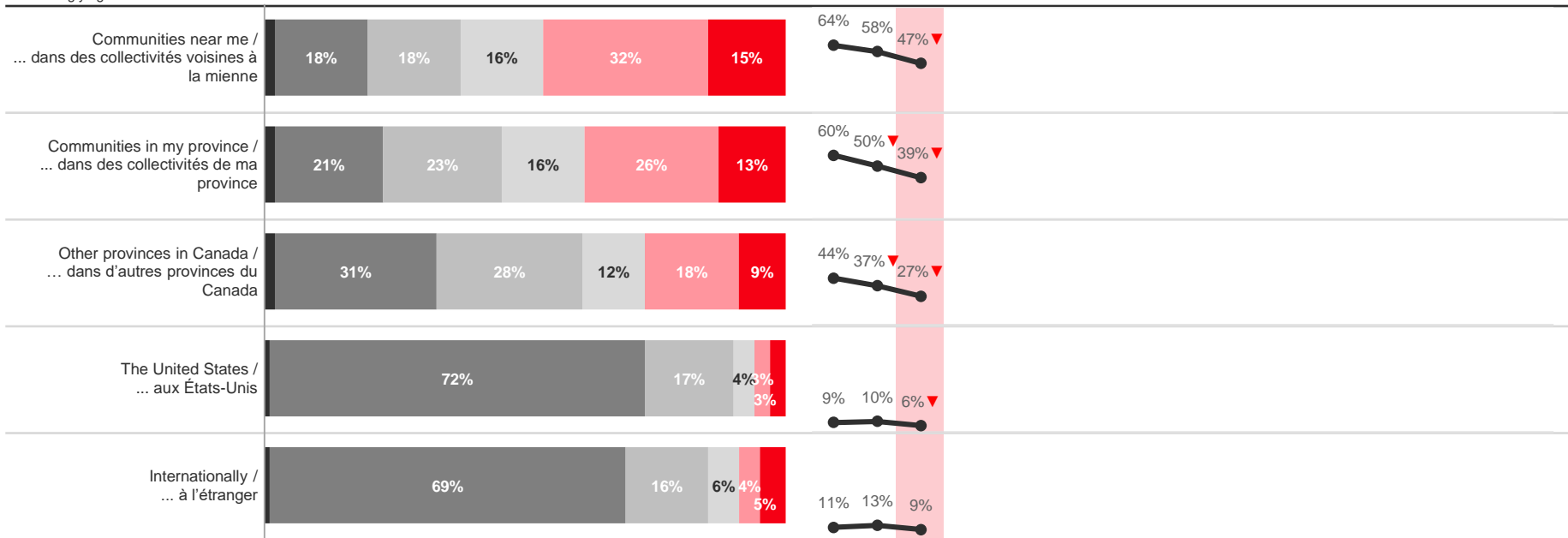
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Oct 6 / 6 oct.

Trending / Tendence

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



Base: Quebec

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

Niveau de référence : Québec

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

Sept 15 (n=420) Sept 29 (n=402) Oct 6 (n=412)

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

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

Quebec / Québec

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=69)*	Urban/Urbain (n=341)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	49%	47%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	37%	39%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	28%	27%
The United States / ... aux États-Unis	8%	6%
Internationally / ... à l'étranger	8%	8%

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

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

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

Base: Quebec

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Québec

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Atlantic Canada / Canada atlantique

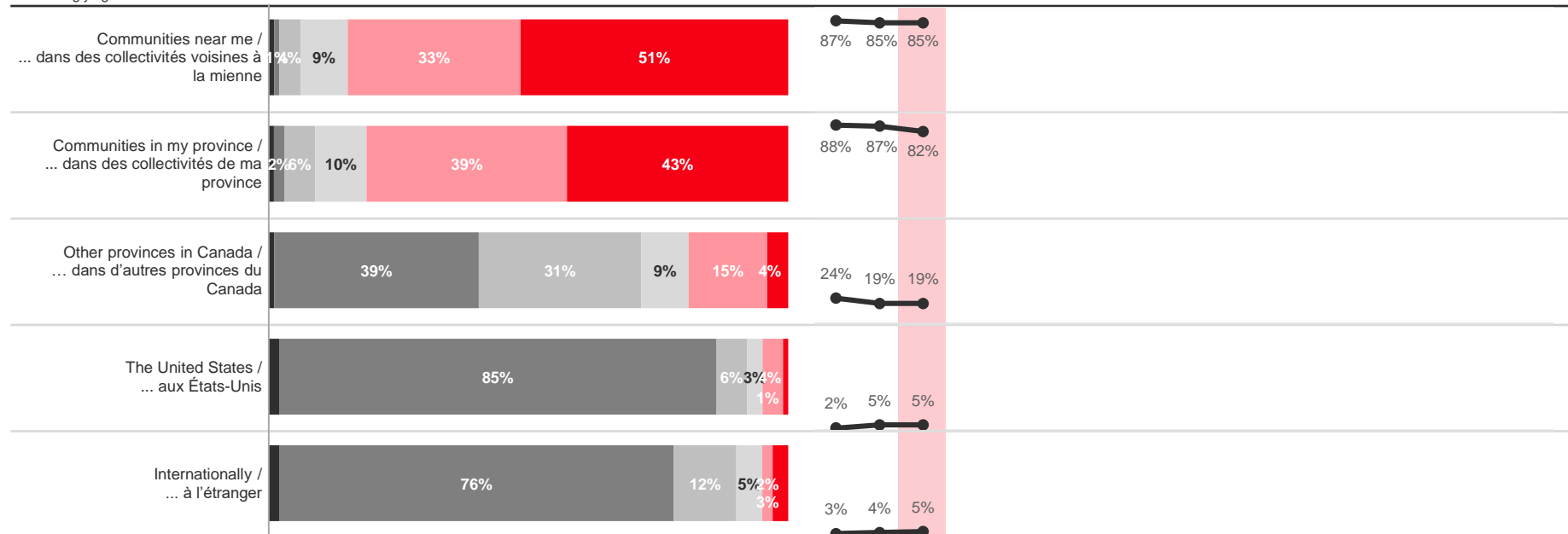
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

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

Oct 6 / 6 oct.

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... »

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

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

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

Atlantic Canada / Canada atlantique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=81)	Urban/Urbain (n=116)*
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	76%	90%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	82%	83%
Other provinces in Canada / ... dans d'autres provinces du Canada	9%	25%
The United States / ... aux États-Unis	4%	6%
Internationally / ... à l'étranger	2%	7%

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

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

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

Base: 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=202)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=412)	ATL (n=202)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+26	+31	+14	-1	+2	+44
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+14	+19	+7	-12	-9	+43
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-20	+4	-32	-26	-11	-40
From the United States / ... des États-Unis	-60	-52	-58	-67	-47	-75
From other countries / ... d'autres pays	-55	-45	-61	-61	-42	-73

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=202)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=412)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+26	+31	+14	-1	+2	+44
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	45%	43%	33%	26%	29%	58%
Neutral / Neutre	36%	46%	48%	46%	44%	29%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	19%	12%	19%	27%	27%	13%

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

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

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

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

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

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

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

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

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


Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=202)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=412)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+14	+19	+7	-12	-9	+43
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	37%	38%	32%	22%	26%	57%
Neutral / Neutre	41%	43%	43%	44%	40%	29%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	22%	19%	25%	34%	34%	14%

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=202)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=412)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-20	+4	-32	-26	-11	-40
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	23%	33%	18%	19%	26%	15%
Neutral / Neutre	34%	38%	31%	37%	36%	30%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	43%	29%	50%	45%	38%	55%

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=202)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=412)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-60	-52	-58	-67	-47	-75
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	13%	11%	11%	6%	13%	6%
Neutral / Neutre	14%	26%	20%	21%	27%	13%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	73%	63%	69%	73%	60%	81%

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

From other countries / ... d'autres pays

	BC/C.-B. (n=202)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=602)	QC/Qc (n=412)	ATL (n=202)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-55	-45	-61	-61	-42	-73
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	13%	13%	7%	8%	14%	6%
Neutral / Neutre	19%	30%	25%	22%	30%	15%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	68%	57%	68%	69%	56%	79%

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

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

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

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

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

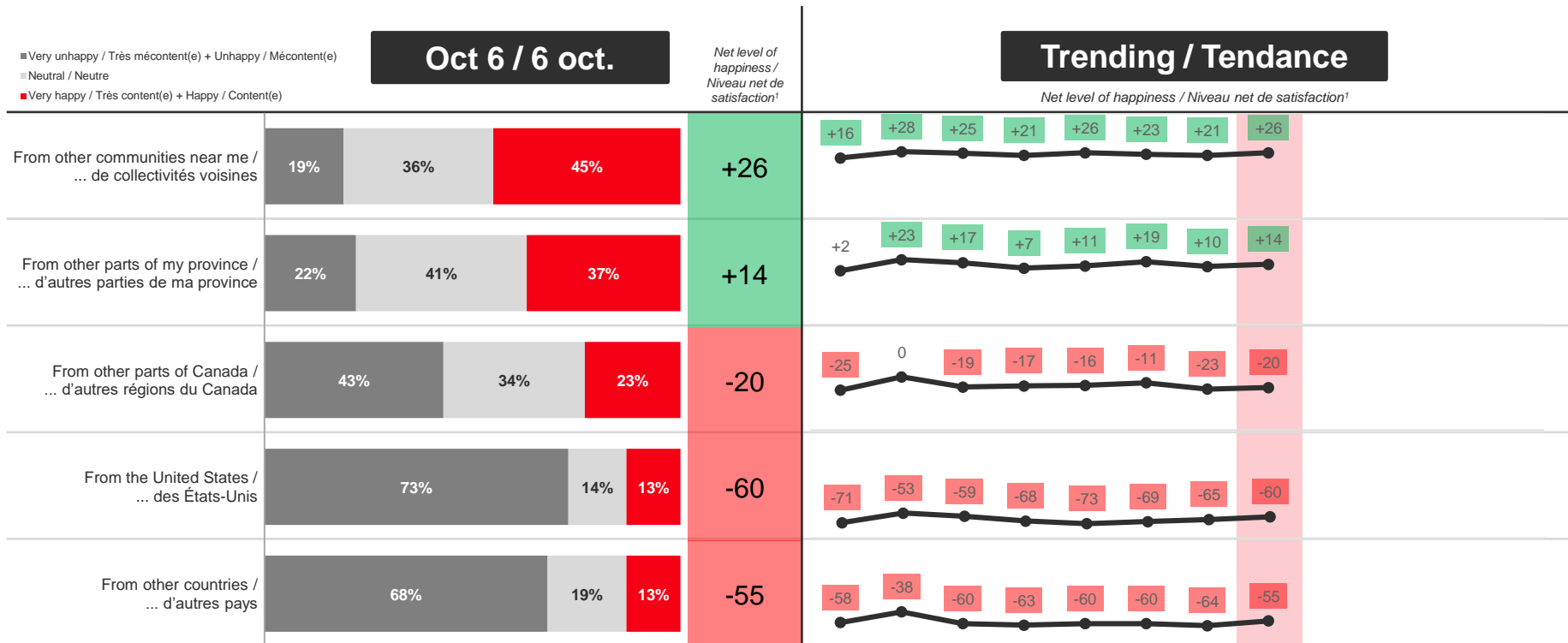
¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

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

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

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

British Columbia / Colombie-Britannique



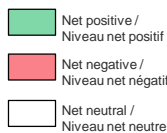
¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
 Base: British Columbia

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

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

Niveau de référence : Colombie-Britannique

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



Date	Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹
Jul 28 / 28 juill. (n=201)	+16
Aug 4 / 4 août (n=202)	+28
Aug 11 / 11 août (n=202)	+25
Aug 18 / 18 août (n=200)	+21
Aug 25 / 25 août (n=207)	+26
Sept 1 / 1 ^{er} sept. (n=203)	+23
Sept 15 / 15 sept. (n=204)	+21
Oct 6 / 6 oct. (n=202)	+26

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=68)*	Urban/Urbain (n=128)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+23	+27
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+8	+16
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-18	-20
From the United States / ... des États-Unis	-72	-58
From other countries / ... d'autres pays	-64	-52

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

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

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

Base: British Columbia

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

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

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

Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

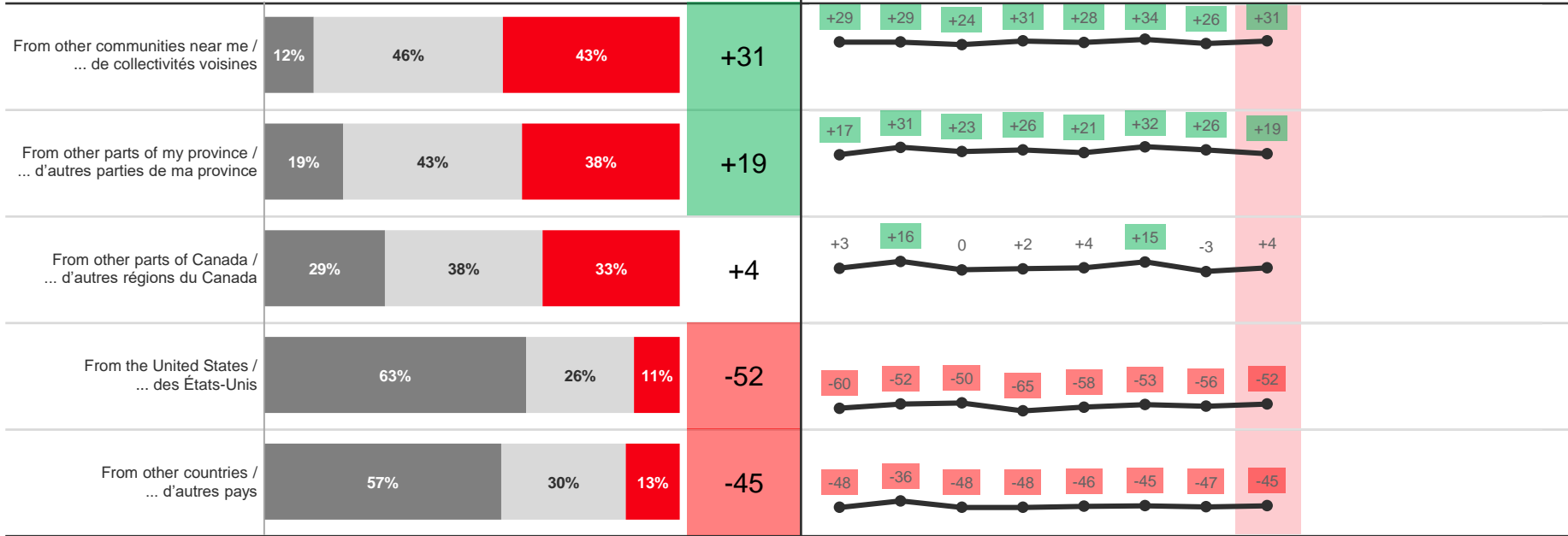
- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

Oct 6 / 6 oct.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



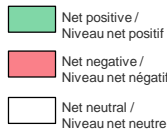
¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Alberta

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

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

Niveau de référence : Alberta

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



Jul 28 28 juill. (n=201)	Aug 4 4 août (n=218)	Aug 11 11 août (n=201)	Aug 18 18 août (n=201)	Aug 25 25 août (n=200)	Sept 1 1 ^{er} sept. (n=200)	Sept 15 15 sept. (n=205)	Oct 6 6 oct. (n=)
--------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	--	--------------------------------	-------------------------

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=43)*	Urban/Urbain (n=163)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+23	+33
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+13	+20
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-6	+6
From the United States / ... des États-Unis	-55	-51
From other countries / ... d'autres pays	-47	-45

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Alberta

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

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

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

Niveau de référence : Alberta

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

Saskatchewan / Manitoba

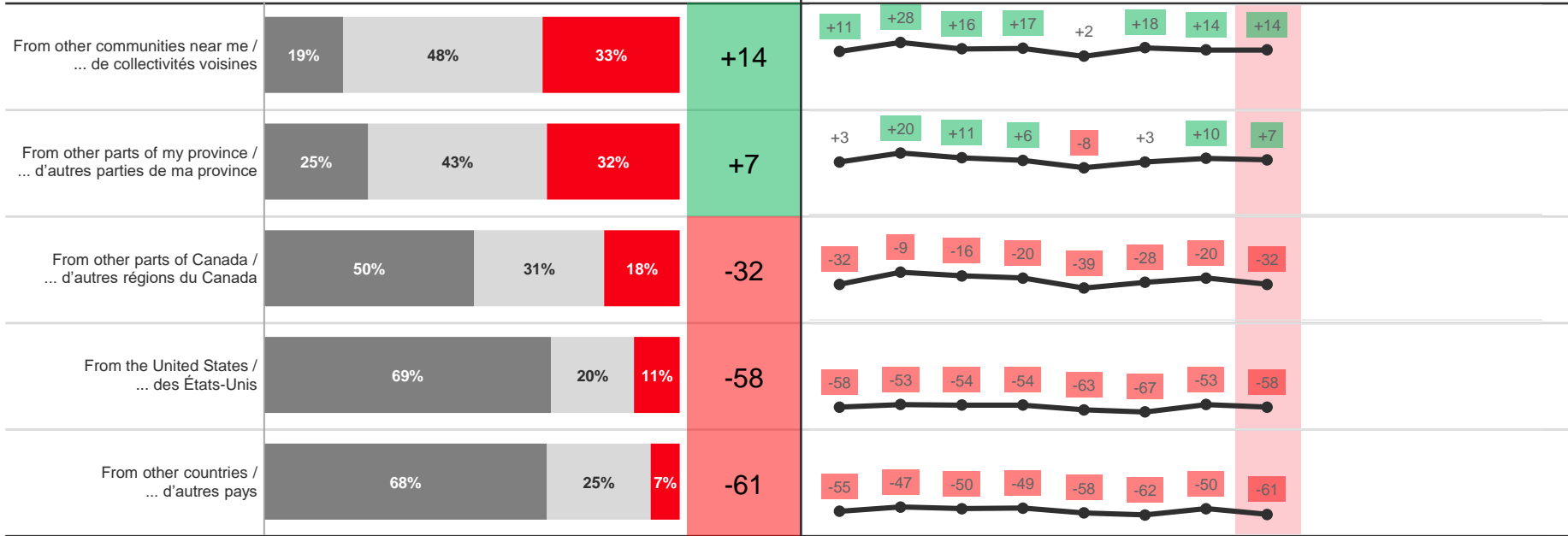
- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

Oct 6 / 6 oct.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

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

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

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

Saskatchewan / Manitoba – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=93)*	Urban/Urbain (n=103)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+17	+13
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+4	+9
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-39	-31
From the United States / ... des États-Unis	-56	-62
From other countries / ... d'autres pays	-55	-66

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Saskatchewan / Manitoba

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

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

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

Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

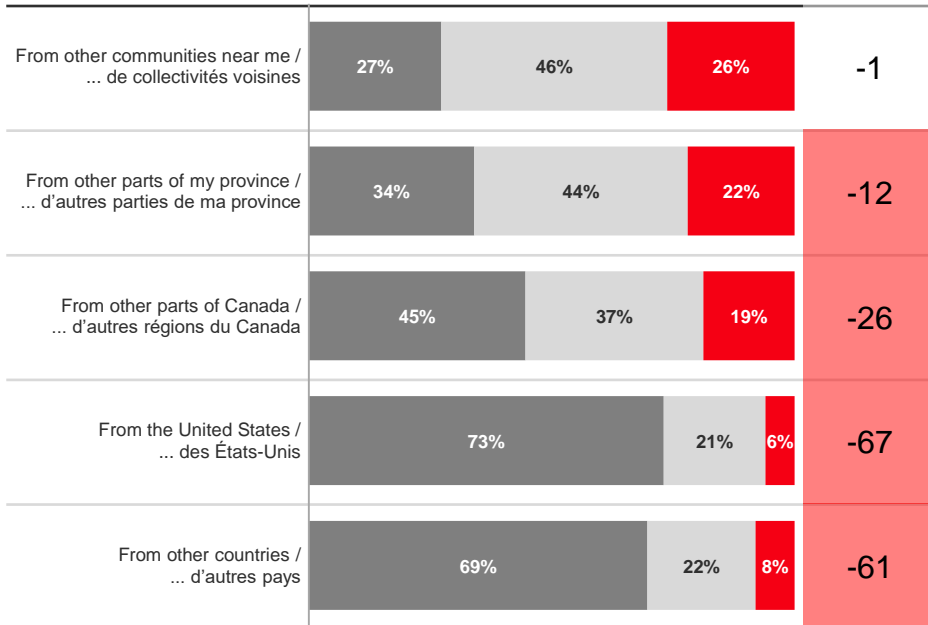
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

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

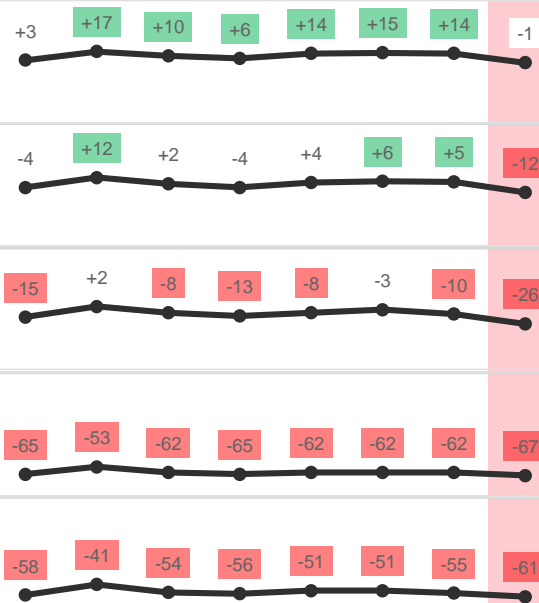
Oct 6 / 6 oct.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

Base: Ontario

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

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

Niveau de référence : Ontario

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

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


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

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=87)*	Urban/Urbain (n=509)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	-7	+1
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	-22	-10
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-37	-24
From the United States / ... des États-Unis	-67	-66
From other countries / ... d'autres pays	-65	-61

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Ontario

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

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

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

Niveau de référence : Ontario

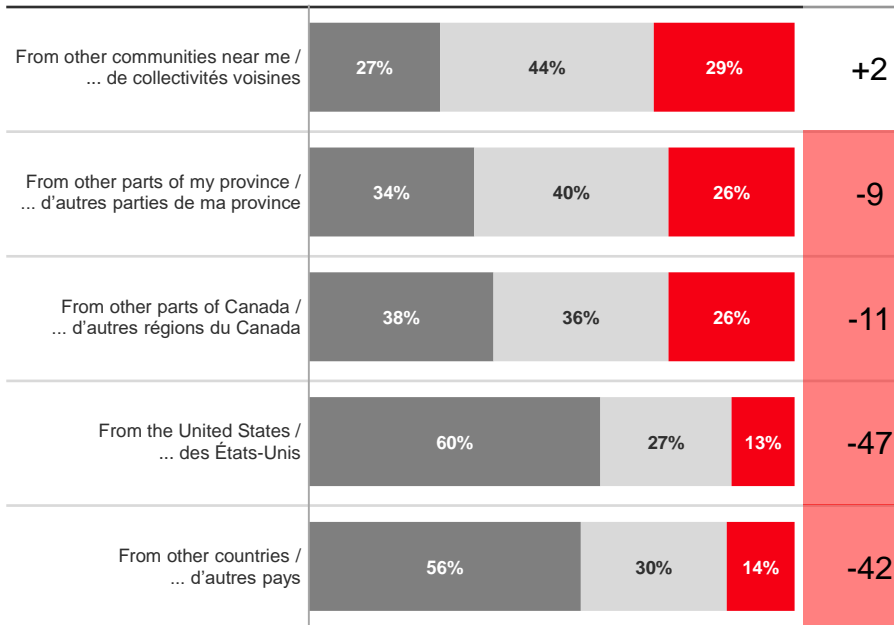
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

Quebec / Québec

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

Oct 6 / 6 oct.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

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

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

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=69)*	Urban/Urbain (n=341)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+16	-1
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	-1	-10
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-8	-12
From the United States / ... des États-Unis	-41	-49
From other countries / ... d'autres pays	-30	-45

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Québec

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

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

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

Niveau de référence : Québec

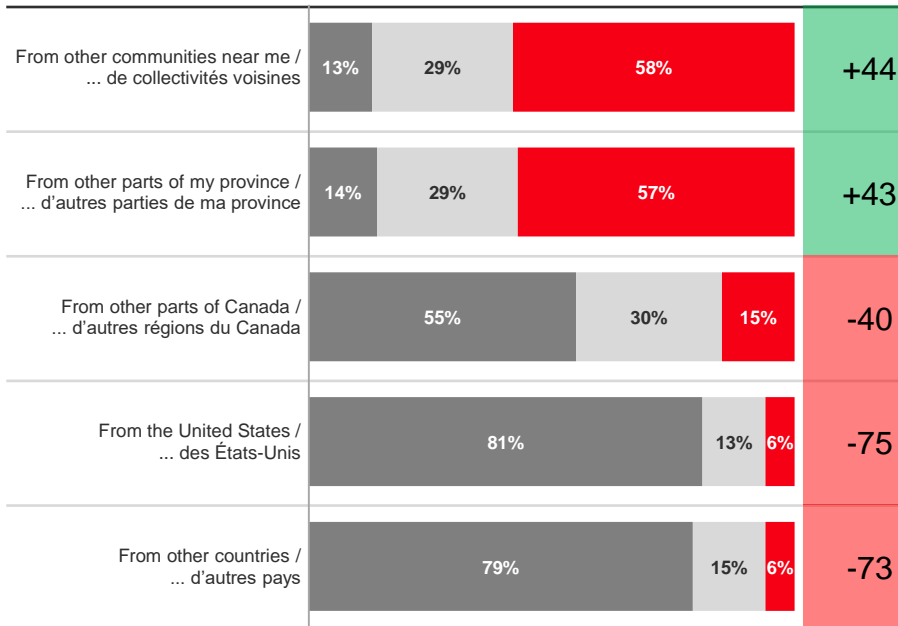
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique

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

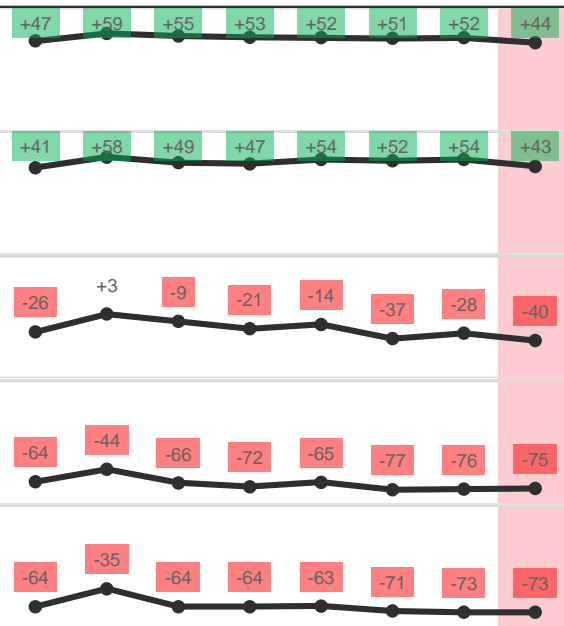
Oct 6 / 6 oct.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

Base: Atlantic Canada

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

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

Niveau de référence : Canada atlantique

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

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

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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=81)	Urban/Urbain (n=116)*
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+30	+53
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+27	+55
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-52	-31
From the United States / ... des États-Unis	-80	-70
From other countries / ... d'autres pays	-78	-70

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

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

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

Base: Atlantic Canada

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

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

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

Niveau de référence : Canada atlantique

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