

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2022-02-15



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2022-02-15"

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, 2022-02-15 »

Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
BC	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards the US and other international destinations. Receptivity of promoting towards other parts of Canada, the US and other international destinations are at the highest levels seen since the start of tracking. Notably, levels for other international destinations have moved from negative to neutral.
Alberta	■	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 remained stable towards all regions.
Saskatchewan	■	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 increased towards other parts of Canada, the US and other international destinations. Receptivity of promoting towards other parts of Canada, the US and other international destinations are at the highest levels seen since the start of tracking. Notably, levels for the US and other international destinations have moved from neutral to positive.
Manitoba*	■	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 increased towards other parts of Canada and other international destinations (outside of the US). Receptivity of promoting towards other parts of Canada and other international destinations are at the highest levels seen since the start of tracking. Notably, levels for other international destinations have moved from negative to positive.
Ontario	■	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 increased towards other parts of Canada, the US and other international destinations. Receptivity towards all destinations are at the highest levels seen since the start of tracking. Notably, levels for the US and other international destinations have moved from negative to neutral.
Quebec	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have increased significantly towards the US. Feelings of safety towards the US are at the highest levels seen since the start of tracking.	■	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.
Atlantic Canada	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have increased significantly towards nearby communities and other parts of the province, moving back in-line with levels last seen in mid-December.	■	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.

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

2 ▲ positive compared to previous week

▼ negative compared to previous week

■ no change compared to previous week

Résumé

	Je me sens à l'aise de voyager		Réaction à la publicité	
Colombie-Britannique	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	▲	Par rapport à la dernière semaine à l'étude, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté dirigée vers les visiteurs des États-Unis et d'autres pays étrangers. La réaction à la publicité destinée aux visiteurs d'autres régions du Canada, des États-Unis et d'autres destinations étrangères est à son plus haut niveau depuis le début du suivi. La réaction à la publicité ciblant les visiteurs d'autres pays que les États-Unis est d'ailleurs passée de négative à neutre.
Alberta	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	■	Par rapport à la dernière semaine à l'étude, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée.
Saskatchewan	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	▲	Par rapport à la dernière semaine à l'étude, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres régions du Canada, les États-Unis et d'autres pays étrangers. La réaction à la publicité destinée aux visiteurs d'autres régions du Canada, des États-Unis et d'autres destinations étrangères est à son plus haut niveau depuis le début du suivi. La réaction à la publicité ciblant les visiteurs des États-Unis et d'autres pays étrangers est d'ailleurs passée de neutre à positive.
Manitoba*	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	▲	Par rapport à la dernière semaine à l'étude, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres régions du Canada et d'autres pays que les États-Unis. La réaction à la publicité destinée aux visiteurs d'autres régions du Canada et d'autres pays que les États-Unis est à son plus haut niveau depuis le début du suivi. La réaction à la publicité ciblant les visiteurs d'autres pays que les États-Unis est d'ailleurs passée de négative à positive.
Ontario	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	▲	Par rapport à la dernière semaine à l'étude, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres régions du Canada, les États-Unis et d'autres pays étrangers. La réaction à la publicité est à son plus haut niveau depuis le début du suivi, toutes destinations confondues. La réaction à la publicité ciblant les visiteurs des États-Unis et d'autres pays étrangers est d'ailleurs passée de négative à neutre.
Québec	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager aux États-Unis. Le sentiment de sécurité à l'idée de voyager aux États-Unis est à son plus haut niveau depuis le début du suivi.	■	Par rapport à la dernière semaine à l'étude, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée.
Canada atlantique	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité s'est grandement amélioré pour ce qui est de voyager dans des communautés voisines et dans d'autres parties de la province, revenant au niveau observé pour la dernière fois à la mi-décembre.	■	Par rapport à la dernière semaine à l'étude, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée.

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

▲ positif par rapport à la semaine précédente

▼ négatif par rapport à la semaine précédente

■ stable par rapport à la semaine précédente

Methodology

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

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

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

Starting on September 15th, 2020 the following questions will alternate with results for each question being available bi-weekly:

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

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

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

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

Méthodologie

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

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

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

Depuis le 15 septembre 2020, 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=210)	AB/Alb. (n=204)	SK/MB Sask./Man. (n=203)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	89%	88%	79%	81%	82%	92%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	81%	83%	77%	76%	81%	87%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	58%	70%	64%	63%	73%	55%
The United States / ... aux États-Unis	32%	48%	42%	34%	46%	29%
Internationally / ... dans d'autres pays	32%	35%	36%	30%	39%	24%

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

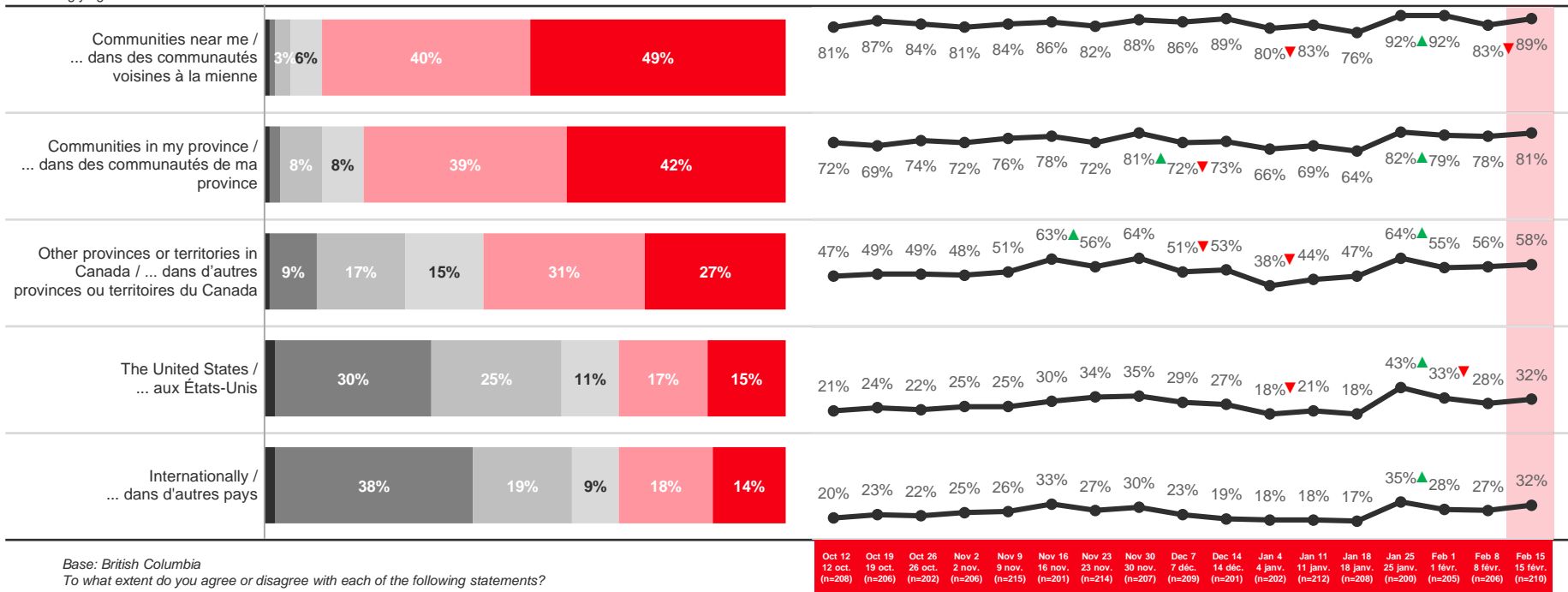
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Feb 15 / 15 févr.

Trending / Tendance

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



Base: British Columbia

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

Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

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

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



British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=61)*	Urban/Urbain (n=147)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	90%	89%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	79%	81%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	45%	61%
The United States / ... aux États-Unis	32%	33%
Internationally / ... dans d'autres pays	25%	34%

* 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

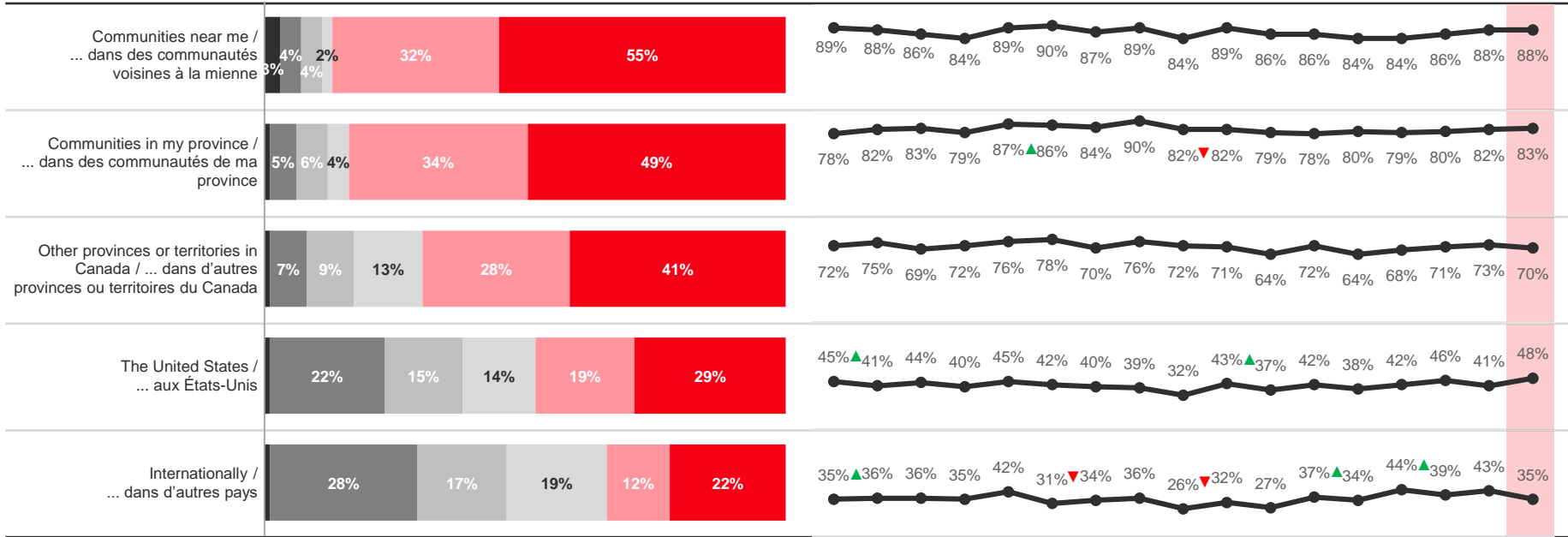
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Feb 15 / 15 févr.

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... »

Oct 12 (n=203) Oct 19 (n=203) Oct 26 (n=200) Nov 2 (n=200) Nov 9 (n=205) Nov 16 (n=201) Nov 23 (n=206) Nov 30 (n=204) Dec 7 (n=206) Dec 14 (n=204) Jan 4 (n=200) Jan 11 (n=202) Jan 18 (n=205) Jan 25 (n=201) Feb 1 (n=200) Feb 8 (n=211) Feb 15 (n=204)

▲ 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=102)	Urban/Urbain (n=101)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	93%	85%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	90%	80%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	76%	67%
The United States / ... aux États-Unis	51%	46%
Internationally / ... dans d'autres pays	42%	32%

* 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

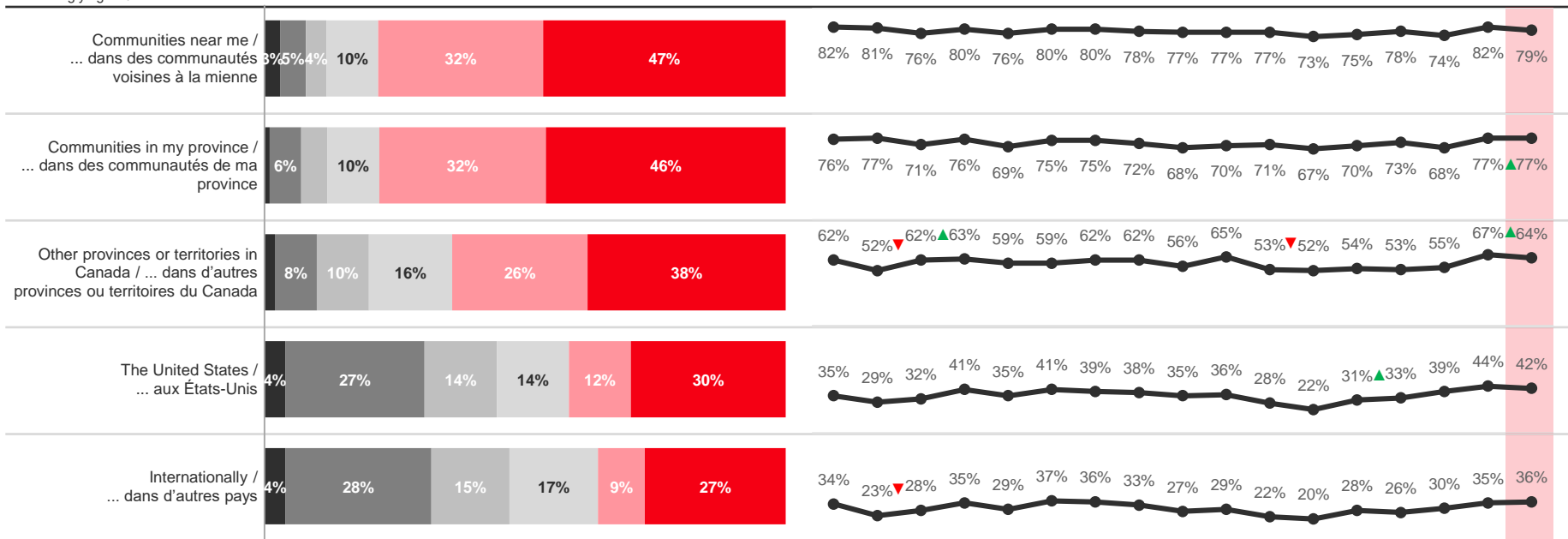
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Feb 15 / 15 févr.

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... »

Oct 12 (n=201) | Oct 19 (n=200) | Oct 26 (n=200) | Nov 2 (n=201) | Nov 9 (n=213) | Nov 16 (n=200) | Nov 23 (n=204) | Nov 30 (n=201) | Dec 7 (n=201) | Dec 14 (n=201) | Jan 4 (n=200) | Jan 11 (n=200) | Jan 18 (n=200) | Jan 25 (n=201) | Feb 1 (n=201) | Feb 8 (n=200) | Feb 15 (n=203)

▲ 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 / Tendence

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



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

Base: Saskatchewan

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

"I feel safe to travel to..."

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

Niveau de référence : Saskatchewan

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

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

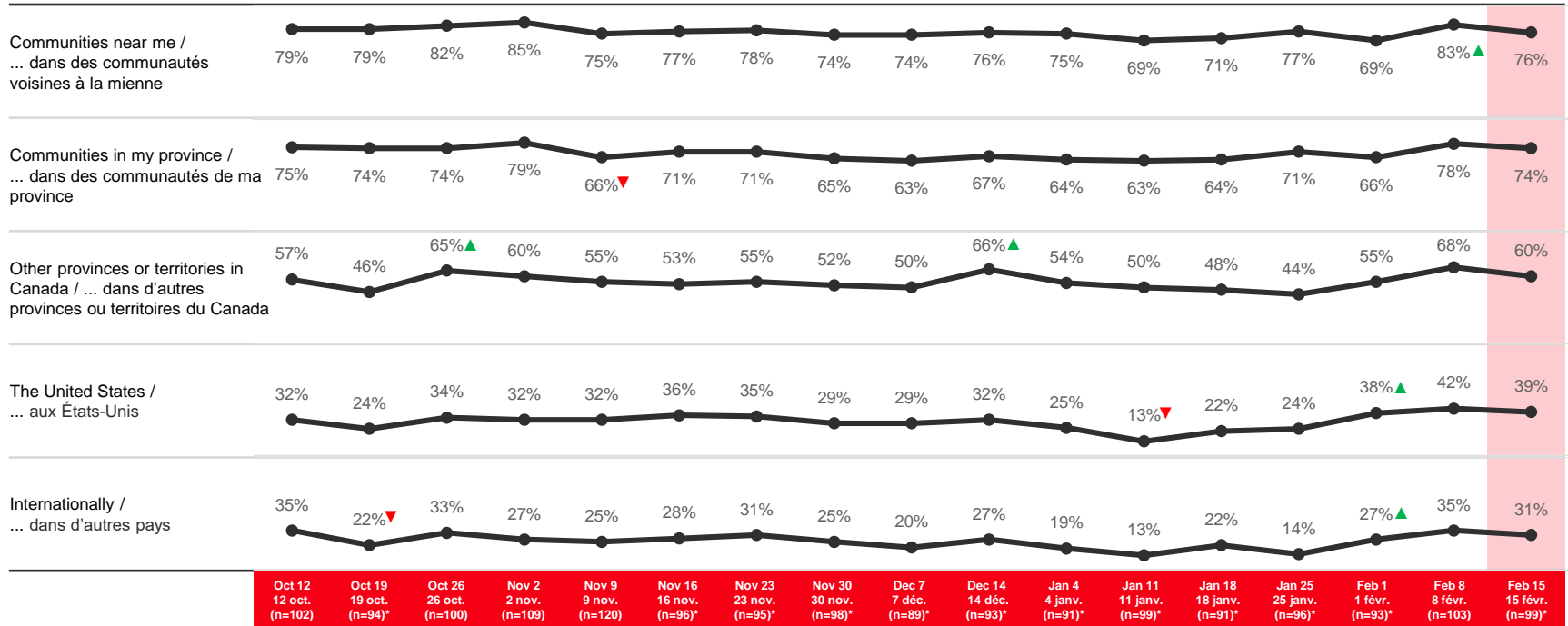
▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

Manitoba

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

Trending / Tendance

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



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

Base: Manitoba

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

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

Niveau de référence: Manitoba

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

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

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



Saskatchewan / Manitoba

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=97)*	Urban/Urbain (n=106)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	82%	77%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	79%	78%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	61%	64%
The United States / ... aux États-Unis	41%	42%
Internationally / ... dans d'autres pays	39%	34%

* 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

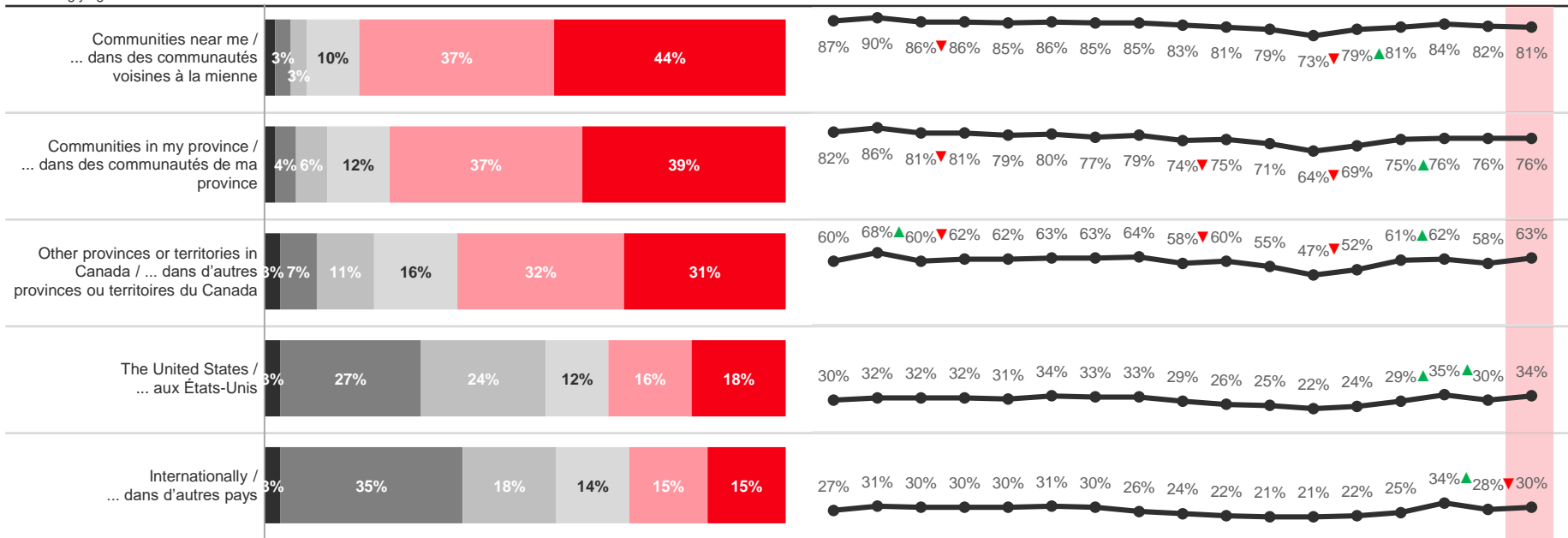
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Feb 15 / 15 févr.

Trending / Tendance

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



Oct 12 (n=617) Oct 19 (n=606) Oct 26 (n=606) Nov 2 (n=612) Nov 9 (n=612) Nov 16 (n=609) Nov 23 (n=629) Nov 30 (n=607) Dec 7 (n=620) Dec 14 (n=611) Jan 4 (n=601) Jan 11 (n=616) Jan 18 (n=604) Jan 25 (n=607) Feb 1 (n=600) Feb 8 (n=606) Feb 15 (n=607)

▲ 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=80)*	Urban/Urbain (n=521)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	90%	79%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	79%	76%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	69%	62%
The United States / ... aux États-Unis	39%	33%
Internationally / ... dans d'autres pays	35%	30%

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

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

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

Base: 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

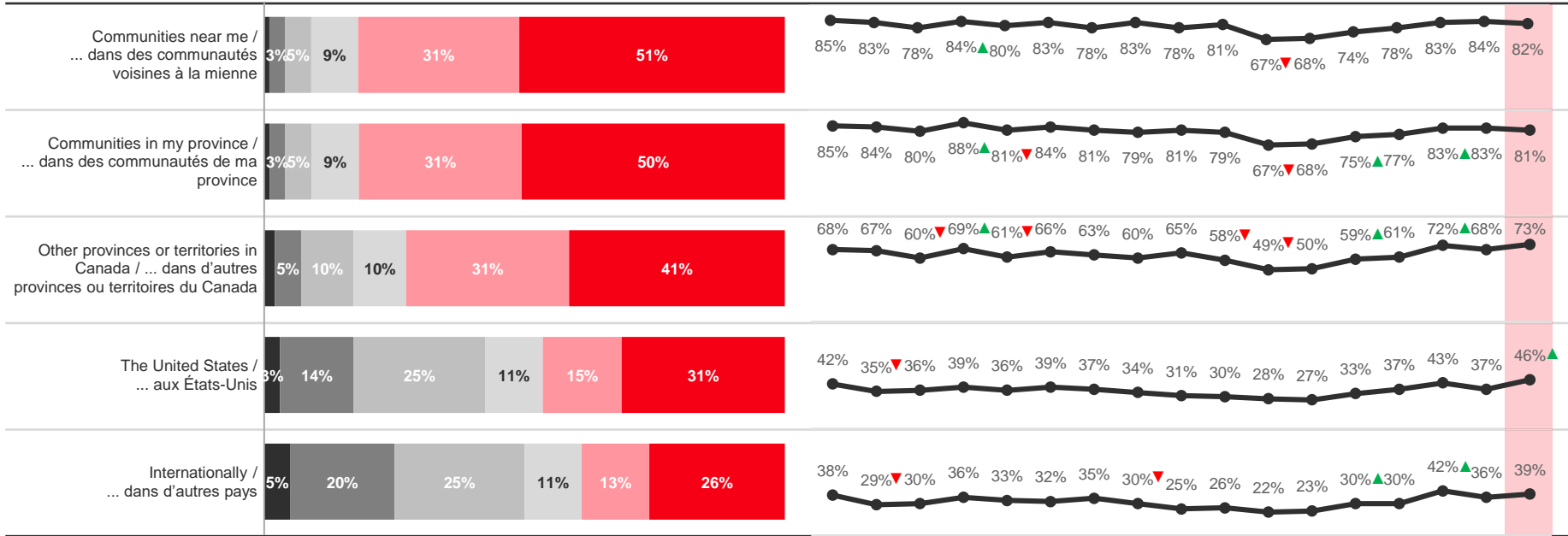
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Feb 15 / 15 févr.

Trending / Tendance

% 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... »

Oct 12 (n=415) Oct 19 (n=413) Oct 26 (n=404) Nov 2 (n=423) Nov 9 (n=418) Nov 16 (n=408) Nov 23 (n=395) Nov 30 (n=407) Dec 7 (n=412) Dec 14 (n=417) Jan 4 (n=402) Jan 11 (n=418) Jan 18 (n=415) Jan 25 (n=417) Feb 1 (n=404) Feb 8 (n=419) Feb 15 (n=413)

▲ 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=87)*	Urban/Urbain (n=320)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	88%	80%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	76%	83%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	67%	75%
The United States / ... aux États-Unis	40%	48%
Internationally / ... dans d'autres pays	30%	41%

* 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... »

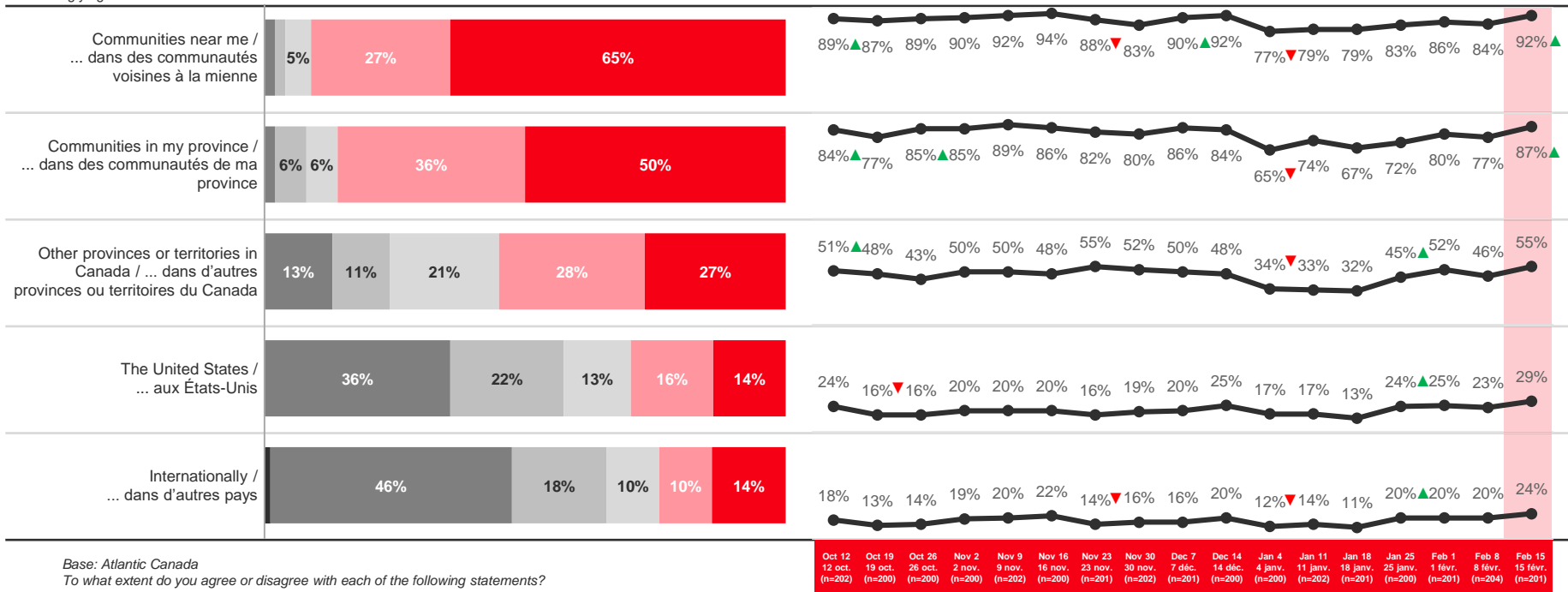
Atlantic Canada / Canada atlantique

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

Feb 15 / 15 févr.

Trending / Tendance



Base: Atlantic Canada

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

Niveau de référence : Canada atlantique

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

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

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



Atlantic Canada / Canada atlantique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=132)	Urban/Urbain (n=69)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	93%	91%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	87%	86%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	47%	59%
The United States / ... aux États-Unis	18%	36%
Internationally / ... dans d'autres pays	16%	28%

* 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=210)	AB/Alb. (n=204)	SK/MB Sask./Man. (n=203)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+49	+51	+44	+45	+57	+55
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+43	+49	+44	+41	+56	+48
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+27	+38	+39	+33	+46	+23
From the United States / ... des États-Unis	-5	+12	+6	0	+19	-22
From other countries / ... d'autres pays	-2	+3	+11	-1	+21	-30

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=204)	SK/MB Sask./Man. (n=203)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+49	+51	+44	+45	+57	+55
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	57%	61%	53%	52%	61%	61%
Neutral / Neutre	35%	29%	38%	41%	35%	33%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	8%	10%	9%	7%	4%	6%

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=204)	SK/MB Sask./Man. (n=203)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+43	+49	+44	+41	+56	+48
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	54%	58%	52%	49%	62%	59%
Neutral / Neutre	35%	32%	40%	42%	32%	29%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	11%	10%	8%	9%	6%	11%

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=204)	SK/MB Sask./Man. (n=203)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+27	+38	+39	+33	+46	+23
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	43%	52%	50%	45%	55%	44%
Neutral / Neutre	42%	35%	39%	44%	36%	35%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	16%	13%	11%	12%	9%	21%

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

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

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

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

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

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

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




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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

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

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=204)	SK/MB Sask./Man. (n=203)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-5	+12	+6	0	+19	-22
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	33%	39%	34%	30%	40%	24%
Neutral / Neutre	30%	35%	38%	41%	39%	31%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	38%	26%	28%	29%	21%	45%

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

From other countries / ... d'autres pays

	BC/C.-B. (n=210)	AB/Alb. (n=204)	SK/MB Sask./Man. (n=203)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-2	+3	+11	-1	+21	-30
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	33%	34%	38%	28%	41%	20%
Neutral / Neutre	32%	34%	36%	42%	38%	29%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	35%	31%	27%	30%	21%	51%

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

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

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

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

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

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

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

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

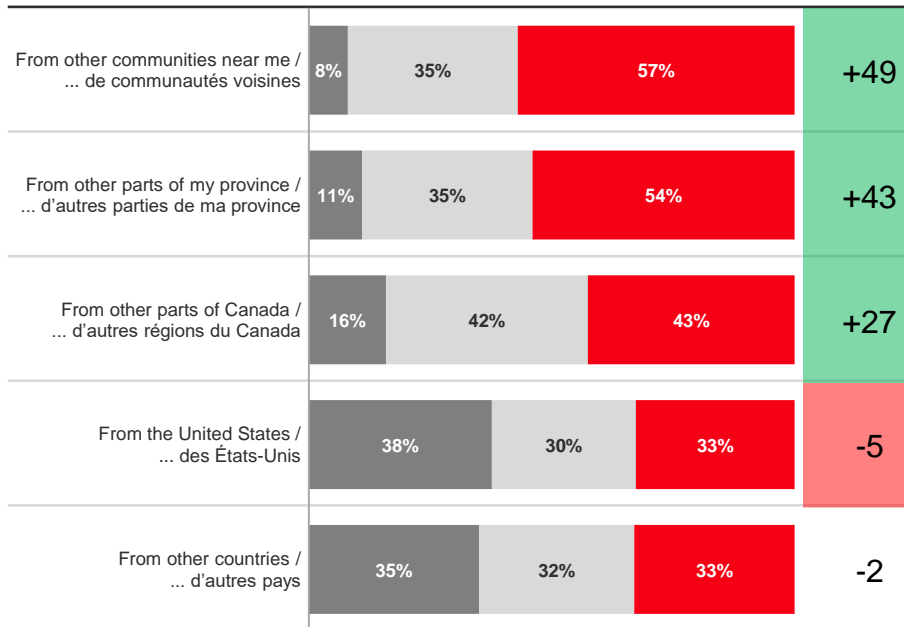
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

British Columbia / Colombie-Britannique

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

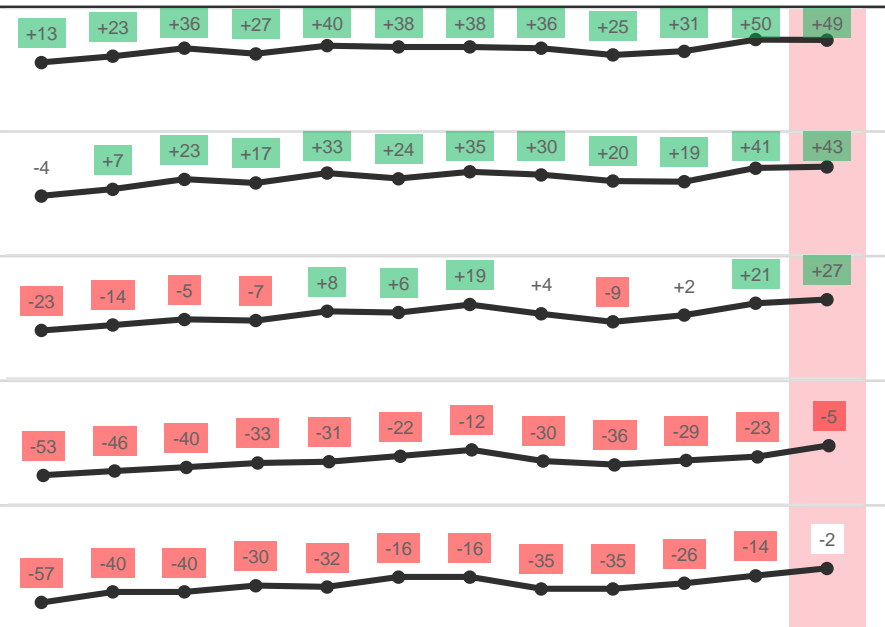
Feb 15 / 15 févr.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

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

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

Aug 31 (n=206) | Sept 14 (n=208) | Sept 28 (n=210) | Oct 12 (n=208) | Oct 26 (n=202) | Nov 9 (n=215) | Nov 23 (n=214) | Dec 7 (n=209) | Jan 4 (n=202) | Jan 18 (n=208) | Feb 1 (n=205) | Feb 15 (n=210)

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=61)*	Urban/Urbain (n=147)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+55	+47
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+43	+43
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+20	+28
From the United States / ... des États-Unis	-21	-4
From other countries / ... d'autres pays	-28	+2

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

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

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

Base: British Columbia

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

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

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

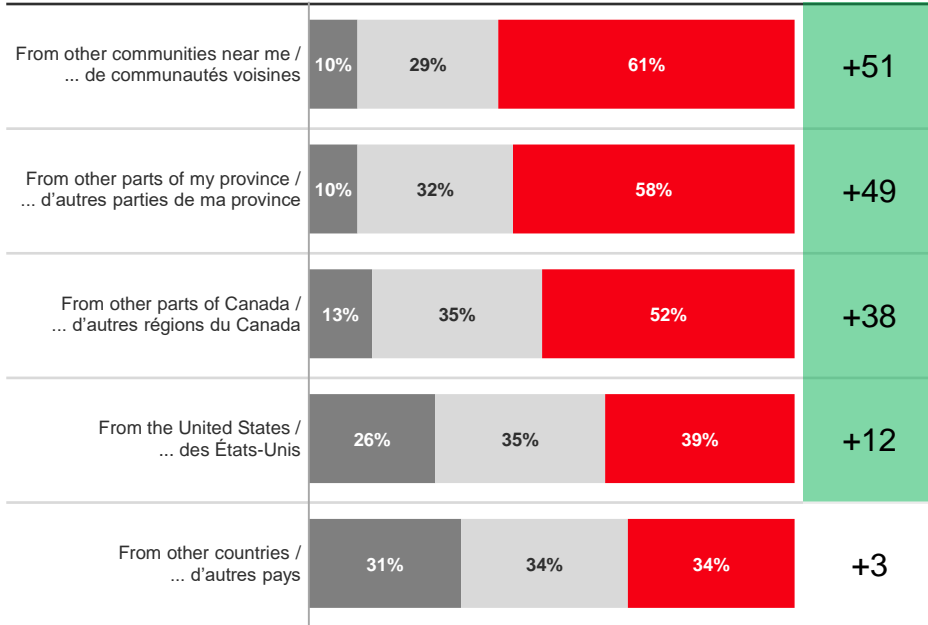
Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

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

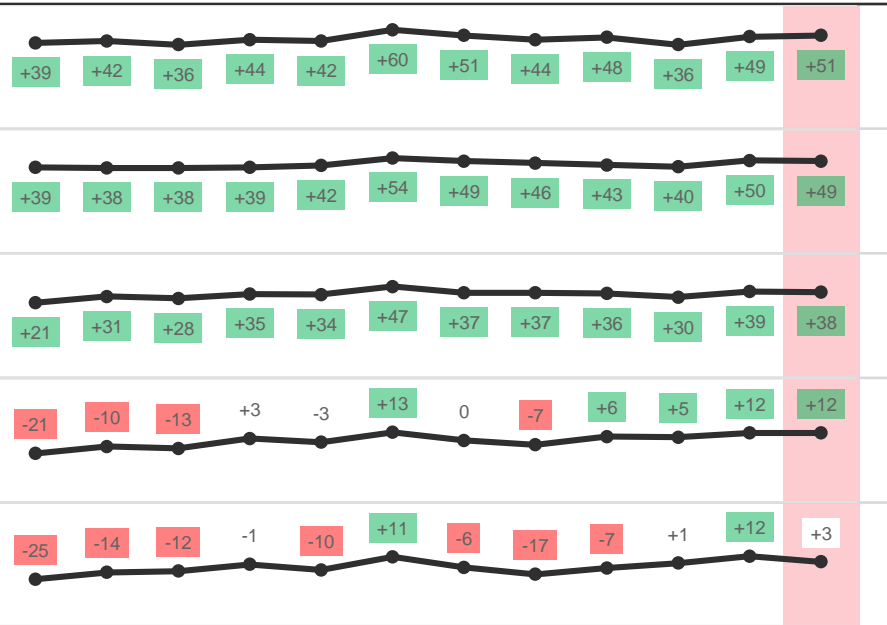
Feb 15 / 15 févr.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
 Base: Alberta
 How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?
¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
 Niveau de référence : Alberta
 Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

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

Aug 31 / 31 août (n=209) | Sept 14 / 14 sept. (n=206) | Sept 28 / 28 sept. (n=204) | Oct 12 / 12 oct. (n=203) | Oct 26 / 26 oct. (n=200) | Nov 9 / 9 nov. (n=205) | Nov 23 / 23 nov. (n=206) | Dec 7 / 7 déc. (n=206) | Jan 4 / 4 janv. (n=200) | Jan 18 / 18 janv. (n=205) | Feb 1 / 1 févr. (n=200) | Feb 15 / 15 févr. (n=204)

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=102)	Urban/Urbain (n=101)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+51	+52
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+49	+48
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+39	+39
From the United States / ... des États-Unis	+4	+18
From other countries / ... d'autres pays	-6	+8

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Alberta

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

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

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

Niveau de référence : Alberta

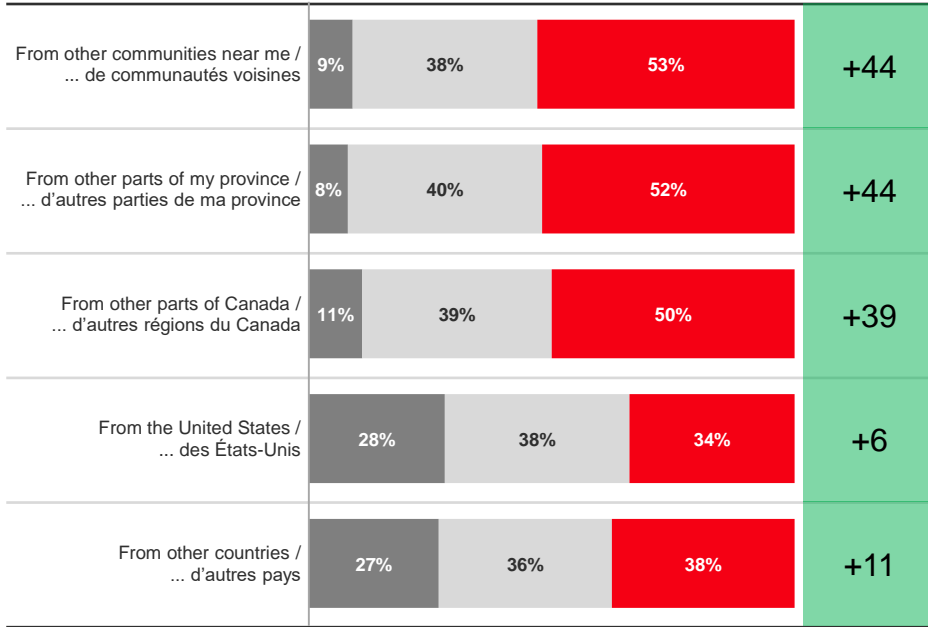
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

Saskatchewan / Manitoba

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

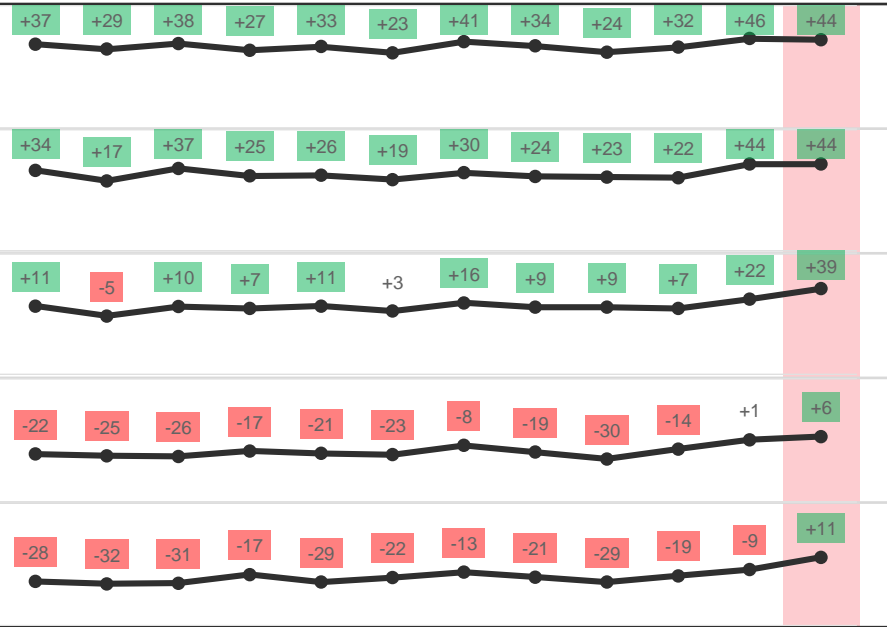
Feb 15 / 15 févr.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

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

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

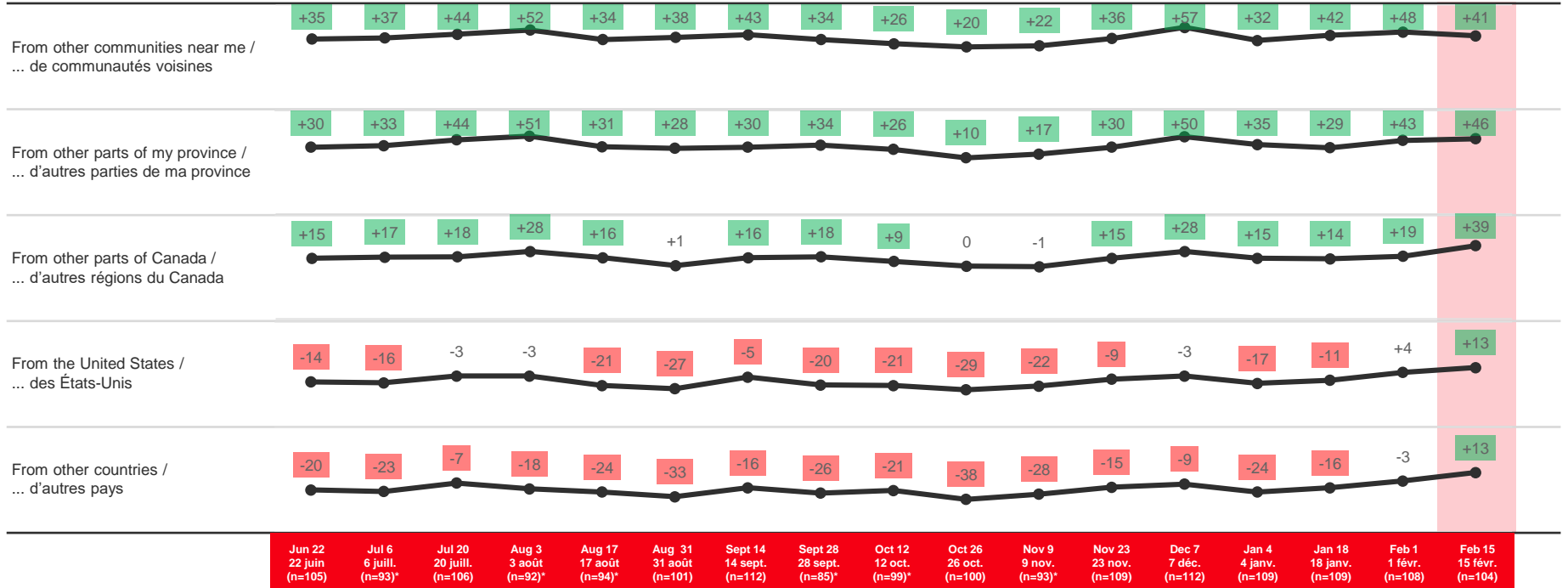
Aug 31 31 août (n=203) Sept 14 14 sept. (n=204) Sept 28 28 sept. (n=200) Oct 12 12 oct. (n=201) Oct 26 26 oct. (n=200) Nov 9 9 nov. (n=213) Nov 23 23 nov. (n=204) Dec 7 7 déc. (n=201) Jan 4 4 janv. (n=200) Jan 18 18 janv. (n=200) Feb 1 1 févr. (n=201) Feb 15 15 févr. (n=203)

Saskatchewan

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

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



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

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

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

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

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

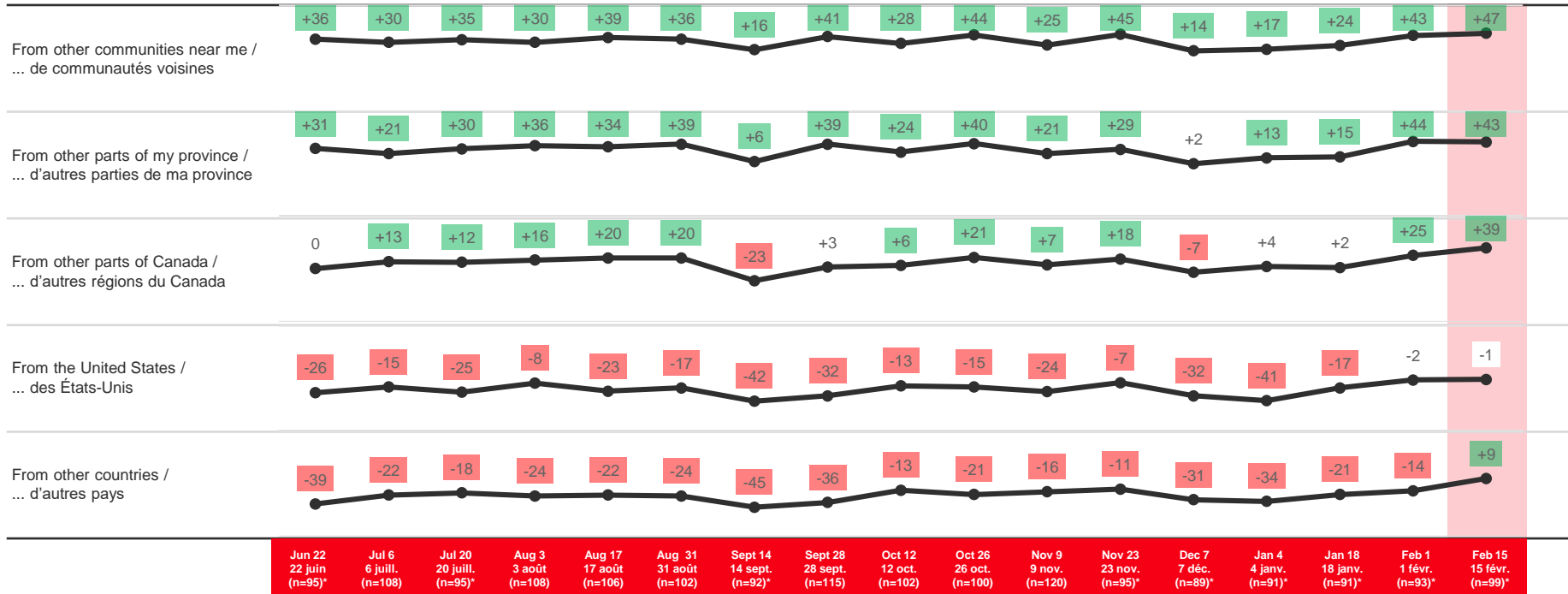
Niveau de référence : Saskatchewan

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

Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

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



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

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

Base: Manitoba

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

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

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

Niveau de référence : Manitoba

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

Saskatchewan / Manitoba – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=97)*	Urban/Urbain (n=106)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+43	+43
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+43	+43
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+32	+39
From the United States / ... des États-Unis	-4	+8
From other countries / ... d'autres pays	-3	+13

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Saskatchewan / Manitoba

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

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

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

Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

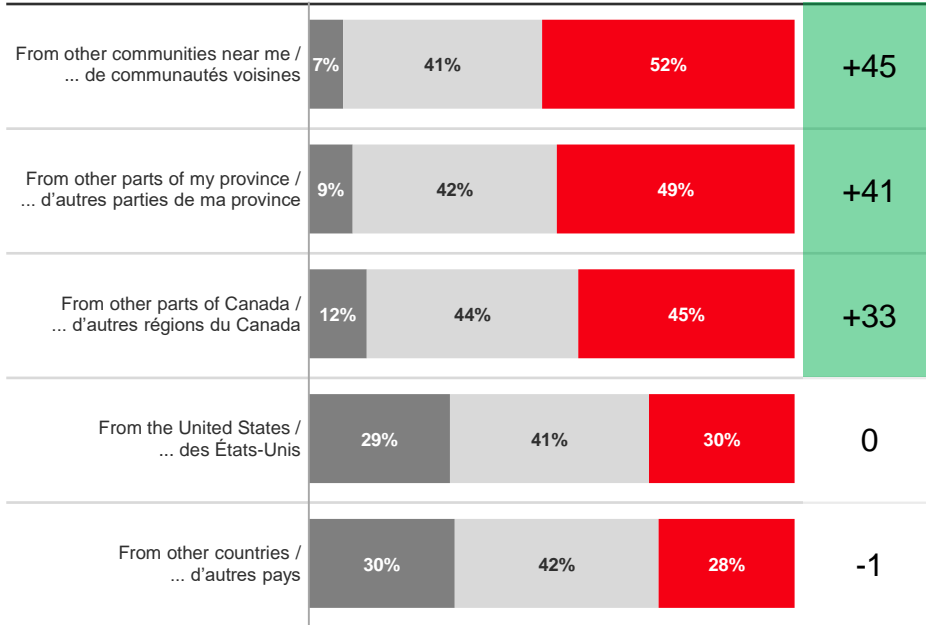
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

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

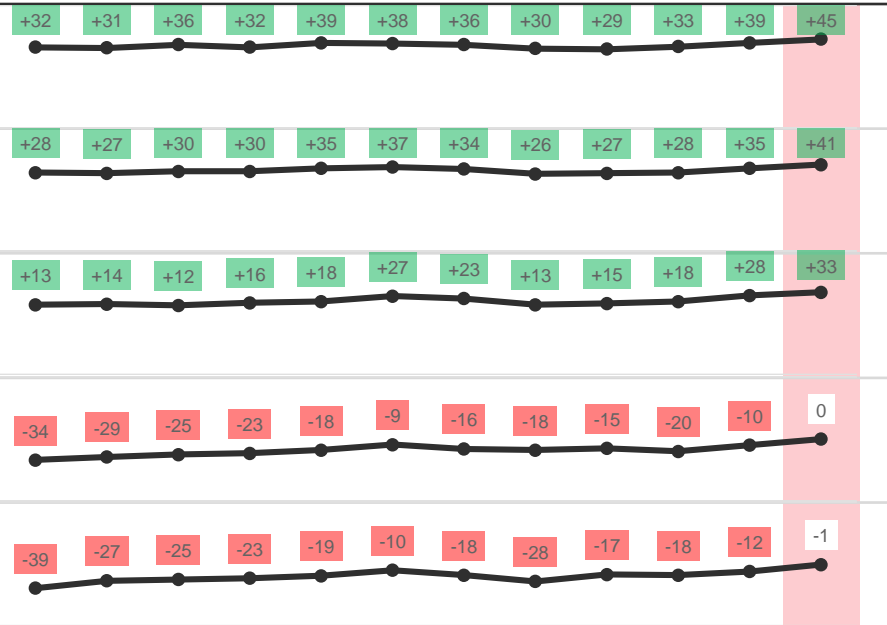
Feb 15 / 15 févr.

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 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

Aug 31 (n=606) Sept 14 (n=611) Sept 28 (n=612) Oct 12 (n=617) Oct 26 (n=606) Nov 9 (n=612) Nov 23 (n=629) Dec 7 (n=620) Jan 4 (n=601) Jan 18 (n=604) Feb 1 (n=600) Feb 15 (n=607)

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=80)*	Urban/Urbain (n=521)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+62	+43
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+56	+39
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+43	+32
From the United States / ... des États-Unis	+13	-1
From other countries / ... d'autres pays	+1	-2

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Ontario

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

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

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

Niveau de référence : Ontario

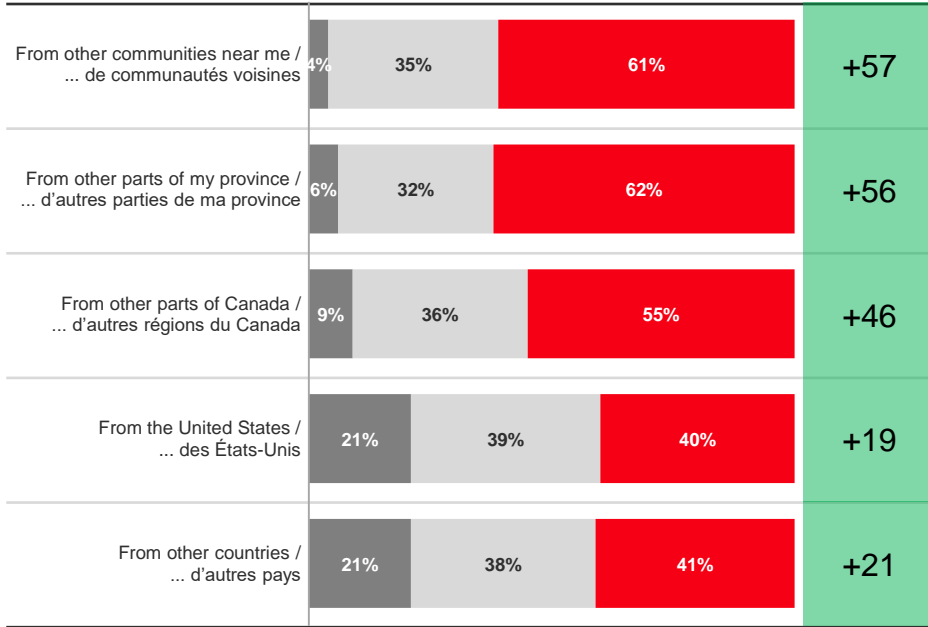
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Quebec / Québec

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

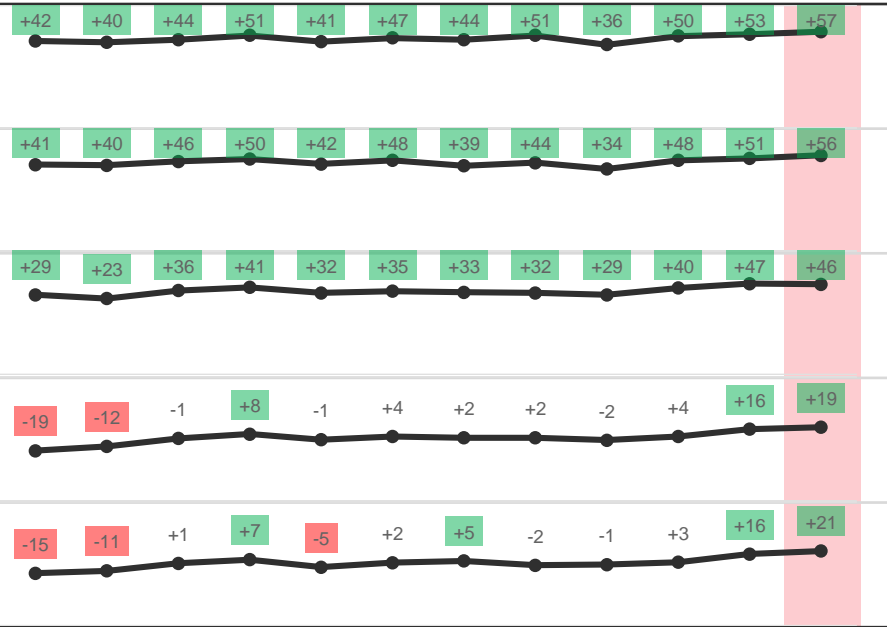
Feb 15 / 15 févr.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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

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

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

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

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

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=87)*	Urban/Urbain (n=320)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+58	+57
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+51	+58
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+40	+48
From the United States / ... des États-Unis	+7	+22
From other countries / ... d'autres pays	+8	+24

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: Québec

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

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

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

Niveau de référence : Québec

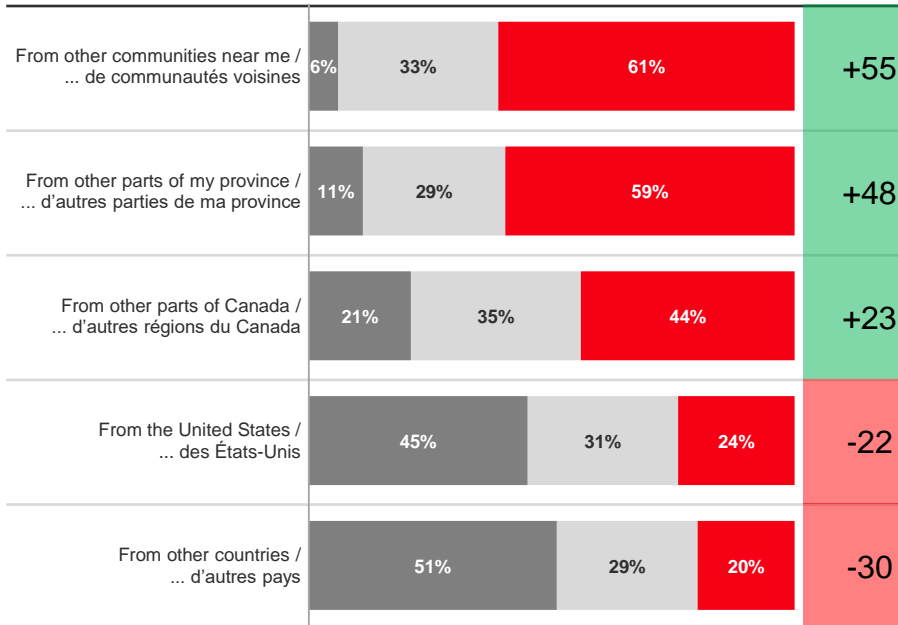
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique

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

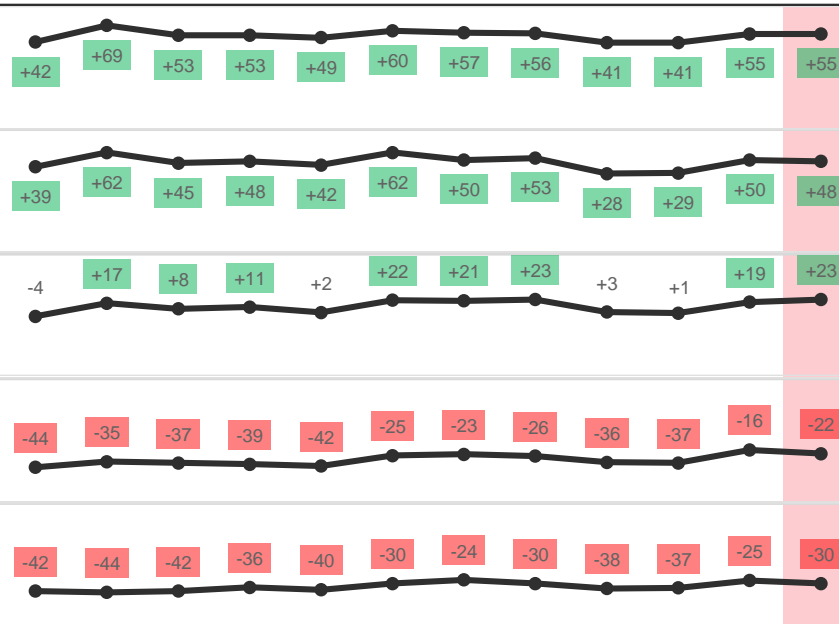
Feb 15 / 15 févr.

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹






¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
 Base: Atlantic Canada
 How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?
¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
 Niveau de référence : Canada atlantique
 Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

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

Aug 31 / 31 août (n=202) | Sept 14 / 14 sept. (n=200) | Sept 28 / 28 sept. (n=202) | Oct 12 / 12 oct. (n=202) | Oct 26 / 26 oct. (n=200) | Nov 9 / 9 nov. (n=202) | Nov 23 / 23 nov. (n=201) | Dec 7 / 7 déc. (n=201) | Jan 4 / 4 janv. (n=200) | Jan 18 / 18 janv. (n=201) | Feb 1 / 1 févr. (n=201) | Feb 15 / 15 févr. (n=201)

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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=132)	Urban/Urbain (n=69)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+60	+54
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+50	+47
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+15	+27
From the United States / ... des États-Unis	-26	-19
From other countries / ... d'autres pays	-35	-29

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

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

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

Base: Atlantic Canada

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

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

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

Niveau de référence : Canada atlantique

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