

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2022-03-15



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2022-03-15"

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, 2022-03-15 »



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 decreased towards international destinations (outside of the US). Notably, receptivity of promoting towards other international destinations has moved from neutral to negative.
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 have decreased significantly towards the US.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards the US. Prior to this week, receptivity of promoting towards the US had been trending upwards since mid-January.
Manitoba	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have increased significantly towards other international destinations (outside of the US). Feeling of safety towards the US and other international destinations had been stable since the beginning of February but have seen increases in the current week.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards all domestic destinations and are at the highest levels seen since the start of tracking.
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 remained stable towards all regions.
Quebec	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have decreased significantly towards other international destinations (outside of the US). Feelings of safety towards other international destinations have been fluctuating since mid-February.	■	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 decreased significantly towards nearby communities, other parts of the province, and other international destinations (outside of the US).	▼	After an increase the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards international destinations (outside of the US). Receptivity of promoting their community as a destination has also decreased towards nearby communities, reverting to levels seen the week prior.

* 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 faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant les autres pays que les États-Unis, réaction qui est passée de neutre à négative.
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 a grandement diminué pour ce qui est de voyager aux États-Unis.	▼	Par rapport à la semaine précédente, les résidents sont moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté dirigée vers les visiteurs des États-Unis, réaction qui autrement s'améliorait depuis la mi-janvier.
Manitoba	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager dans d'autres pays que les États-Unis. Stable depuis le début du mois de février, le sentiment de sécurité à l'égard des États-Unis et d'autres destinations étrangères a progressé cette semaine.	▲	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 l'ensemble des destinations au pays, et leur réceptivité est à son plus haut niveau depuis le début du suivi.
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, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée.
Québec	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres pays que les États-Unis, sentiment qui fluctue depuis la mi-février.	■	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 a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans des communautés voisines, d'autres parties de la province et d'autres pays que les États-Unis.	▼	Après l'amélioration observée la semaine dernière, les résidents sont maintenant moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant d'autres pays que les États-Unis. La réaction à la publicité dirigée vers les collectivités voisines a reculé elle aussi, revenant au niveau de la semaine d'avant.

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

3

▲ positif par rapport à la semaine précédente ▼ négatif par rapport à la semaine précédente ■ stable par rapport à la semaine précédente

Methodology

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

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

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

Starting on September 15th, 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=601)	QC/Qc (n=414)	ATL (n=200)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	83%	90%	82%	84%	78%	80%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	78%	87%	81%	81%	81%	81%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	61%	80%	71%	71%	69%	58%
The United States / ... aux États-Unis	34%	51%	46%	42%	44%	28%
Internationally / ... dans d'autres pays	34%	47%	46%	37%	36%	20%

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

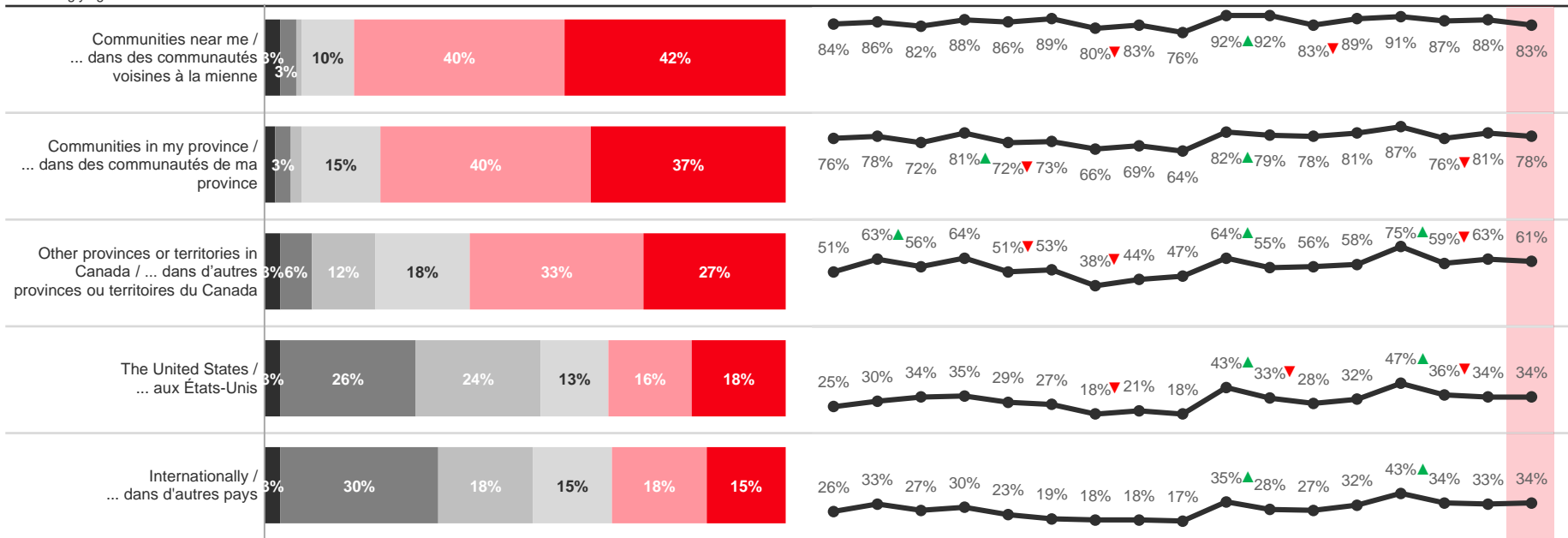
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Mar 15 / 15 mars

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... »

Nov 9 (n=215) Nov 16 (n=201) Nov 23 (n=214) Nov 30 (n=207) Dec 7 (n=209) Dec 14 (n=201) Jan 4 (n=202) Jan 11 (n=212) Jan 18 (n=208) Jan 25 (n=200) Feb 1 (n=205) Feb 8 (n=206) Feb 15 (n=210) Feb 22 (n=202) Mar 1 (n=204) Mar 8 (n=237) Mar 15 (n=200)

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

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



British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=67)*	Urban/Urbain (n=133)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	95%	81%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	90%	76%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	67%	59%
The United States / ... aux États-Unis	44%	32%
Internationally / ... dans d'autres pays	38%	33%

* 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

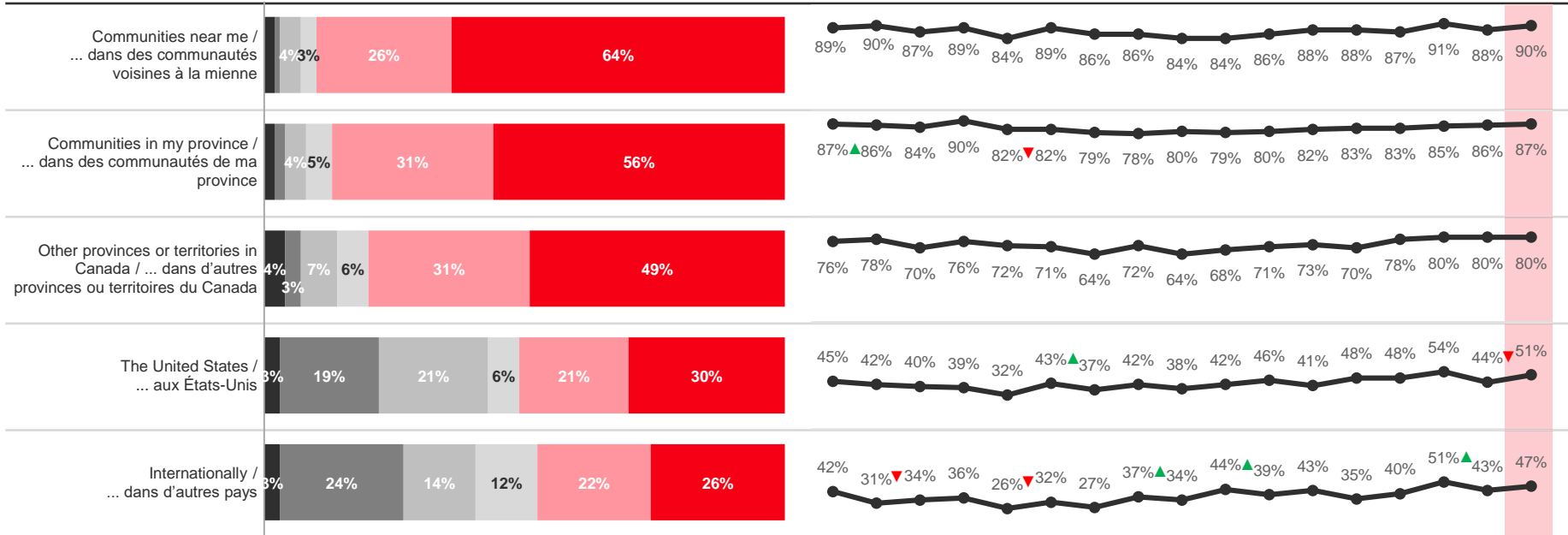
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Mar 15 / 15 mars

Trending / Tendance

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



Nov 9 8 nov. (n=205) | Nov 16 16 nov. (n=201) | Nov 23 23 nov. (n=206) | Nov 30 30 nov. (n=204) | Dec 7 7 déc. (n=206) | Dec 14 14 déc. (n=204) | Jan 4 4 janv. (n=200) | Jan 11 11 janv. (n=202) | Jan 18 18 janv. (n=205) | Jan 25 25 janv. (n=201) | Feb 1 1^{er} févr. (n=200) | Feb 8 8 févr. (n=211) | Feb 15 15 févr. (n=204) | Feb 22 22 févr. (n=203) | Mar 1 1^{er} mars (n=200) | Mar 8 8 mars (n=218) | Mar 15 15 mars (n=200)

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

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



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

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

Alberta

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=92)	Urban/Urbain (n=107)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	96%	88%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	91%	85%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	82%	80%
The United States / ... aux États-Unis	55%	50%
Internationally / ... dans d'autres pays	49%	46%

* 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

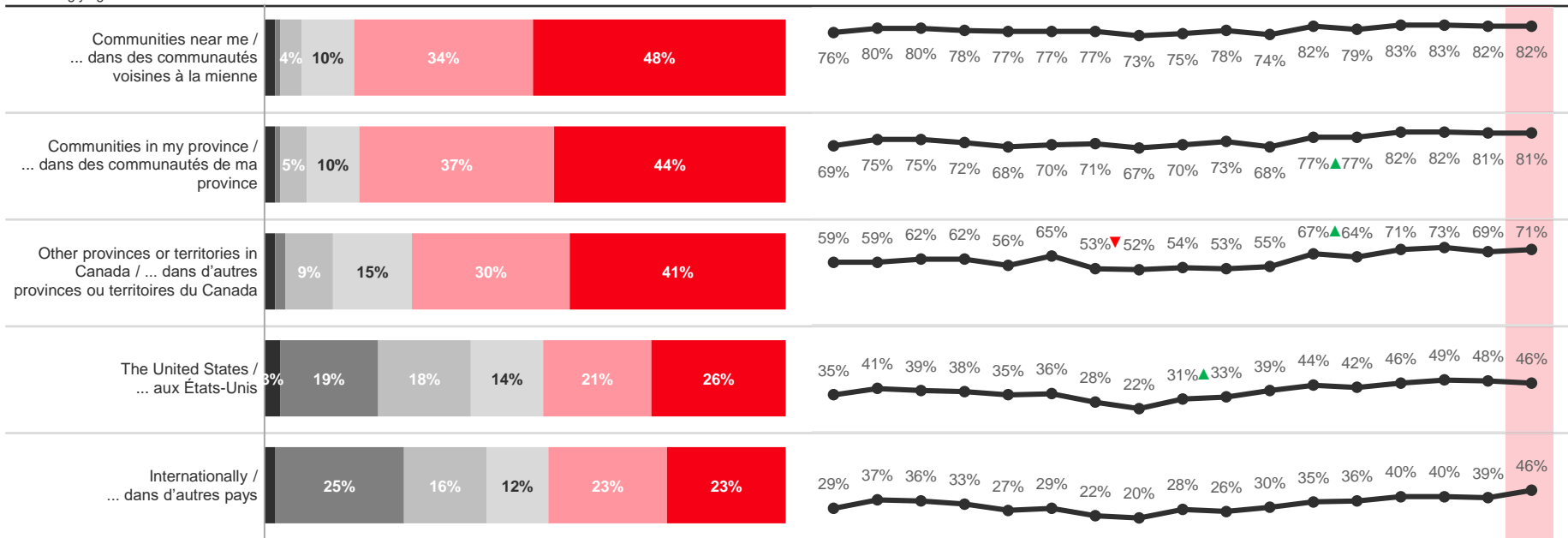
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Mar 15 / 15 mars

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... »

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)	Feb 22 (n=200)	Mar 1 (n=200)	Mar 8 (n=206)	Mar 15 (n=200)
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	------------------	-------------------	------------------	-------------------	-------------------	-------------------	------------------	------------------	-------------------	-------------------	------------------	------------------	-------------------

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

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

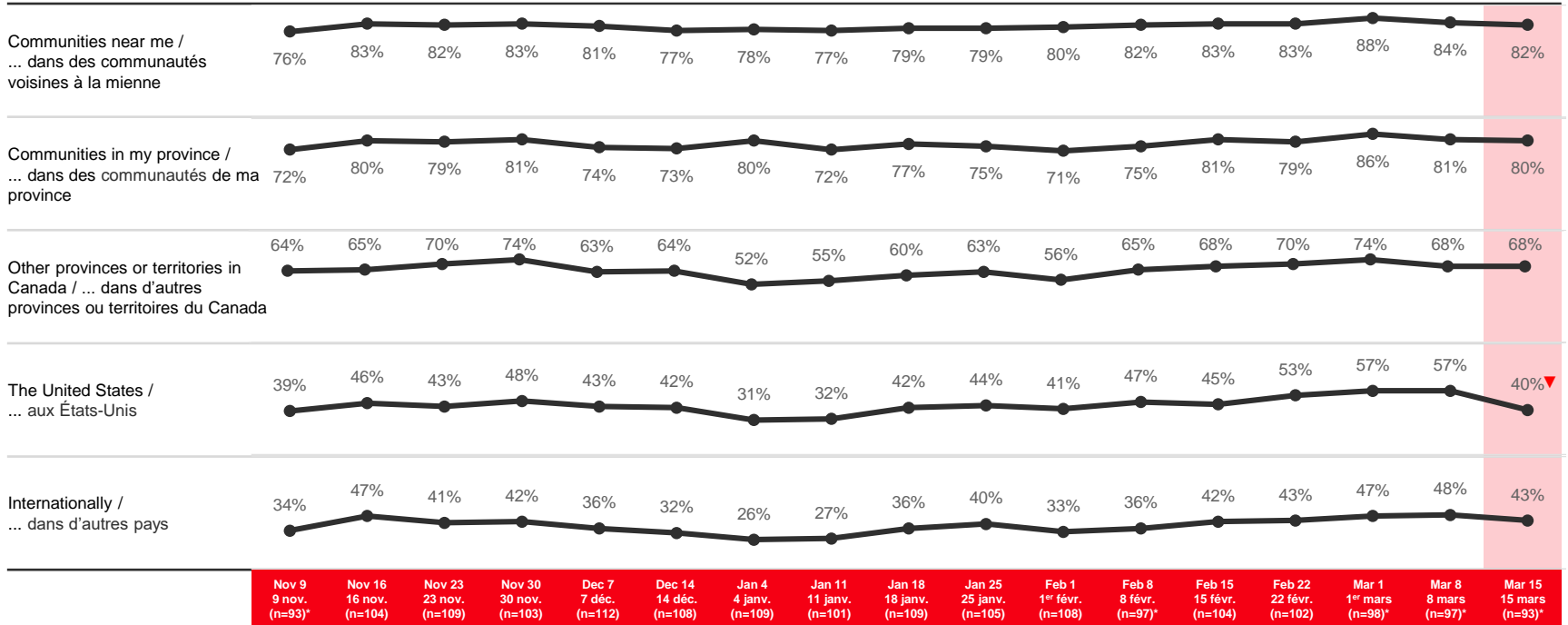


Saskatchewan

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

Trending / Tendance

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



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

Base: Saskatchewan

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

"I feel safe to travel to..."

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

Niveau de référence : Saskatchewan

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

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

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

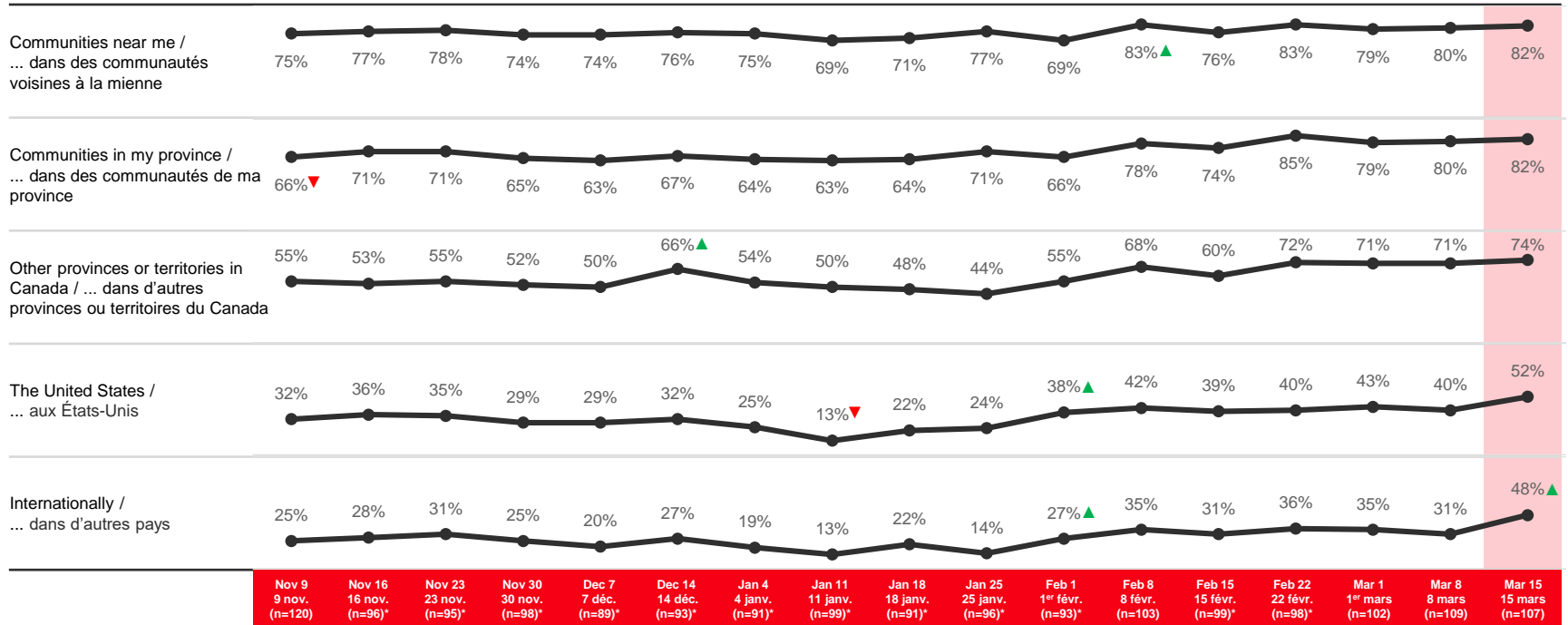


Manitoba

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

Trending / 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=88)*	Urban/Urbain (n=109)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	85%	80%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	83%	79%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	68%	72%
The United States / ... aux États-Unis	48%	44%
Internationally / ... dans d'autres pays	46%	44%

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

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

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

Base: 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

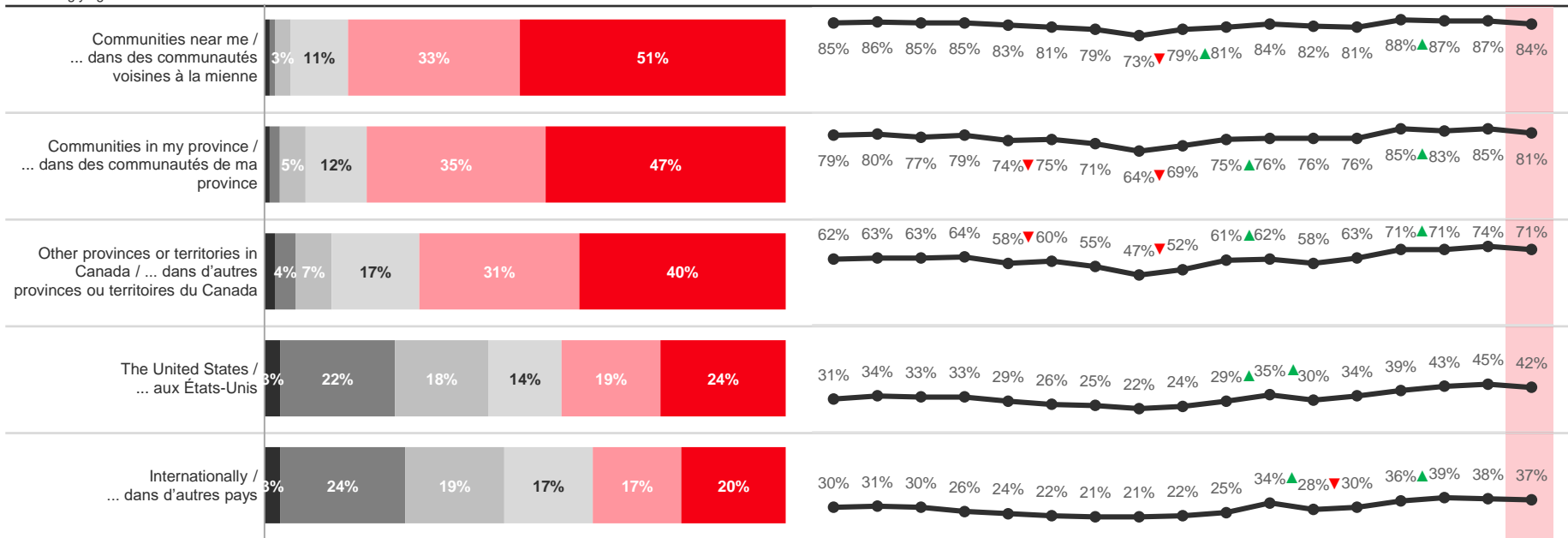
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Mar 15 / 15 mars

Trending / Tendance

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



Nov 9 8 nov.	Nov 16 16 nov.	Nov 23 23 nov.	Nov 30 30 nov.	Dec 7 7 déc.	Dec 14 14 déc.	Jan 4 4 janv.	Jan 11 11 janv.	Jan 18 18 janv.	Jan 25 25 janv.	Feb 1 1 ^{er} févr.	Feb 8 8 févr.	Feb 15 15 févr.	Feb 22 22 févr.	Mar 1 1 ^{er} mars	Mar 8 8 mars	Mar 15 15 mars
(n=612)	(n=609)	(n=629)	(n=607)	(n=620)	(n=611)	(n=601)	(n=616)	(n=604)	(n=607)	(n=600)	(n=606)	(n=607)	(n=601)	(n=607)	(n=624)	(n=601)

▲ 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=83)*	Urban/Urbain (n=511)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	93%	82%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	88%	80%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	82%	69%
The United States / ... aux États-Unis	49%	41%
Internationally / ... dans d'autres pays	41%	37%

* 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

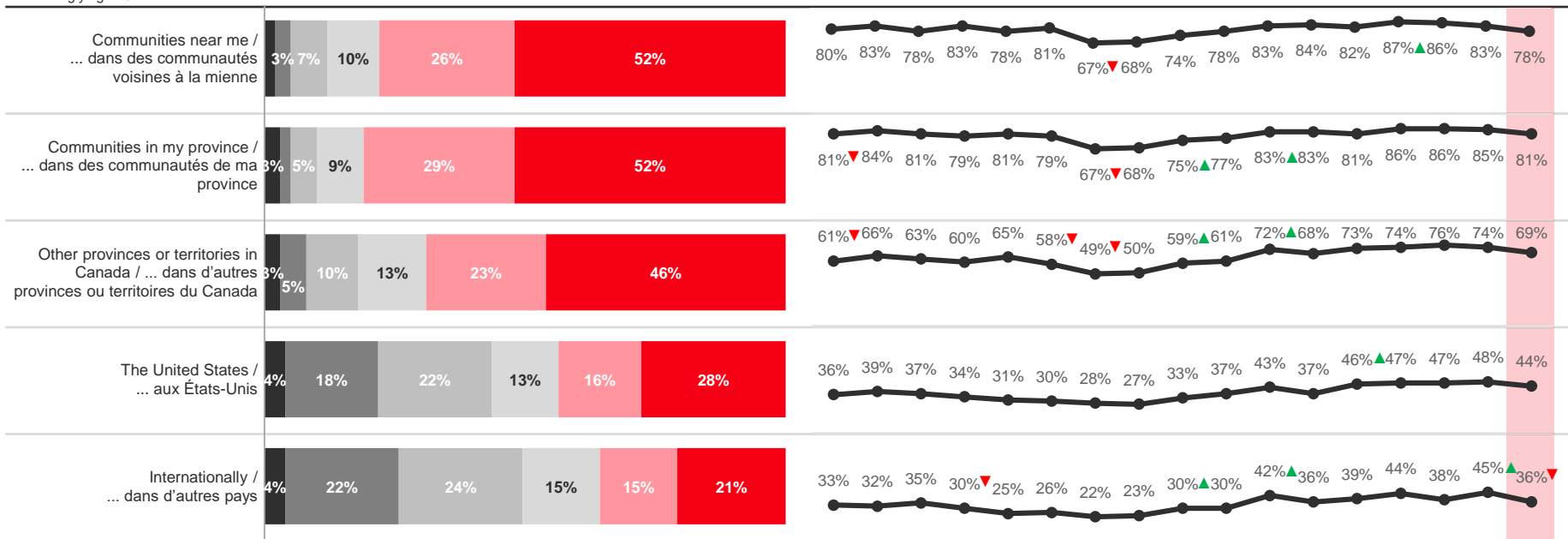
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Mar 15 / 15 mars

Trending / Tendence

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



Base: Québec

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

Niveau de référence : Québec

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

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) Feb 22 (n=406) Mar 1 (n=408) Mar 8 (n=442) Mar 15 (n=414)

▲ 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=98)*	Urban/Urbain (n=311)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	81%	78%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	84%	81%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	66%	71%
The United States / ... aux États-Unis	35%	48%
Internationally / ... dans d'autres pays	29%	39%

* 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... »

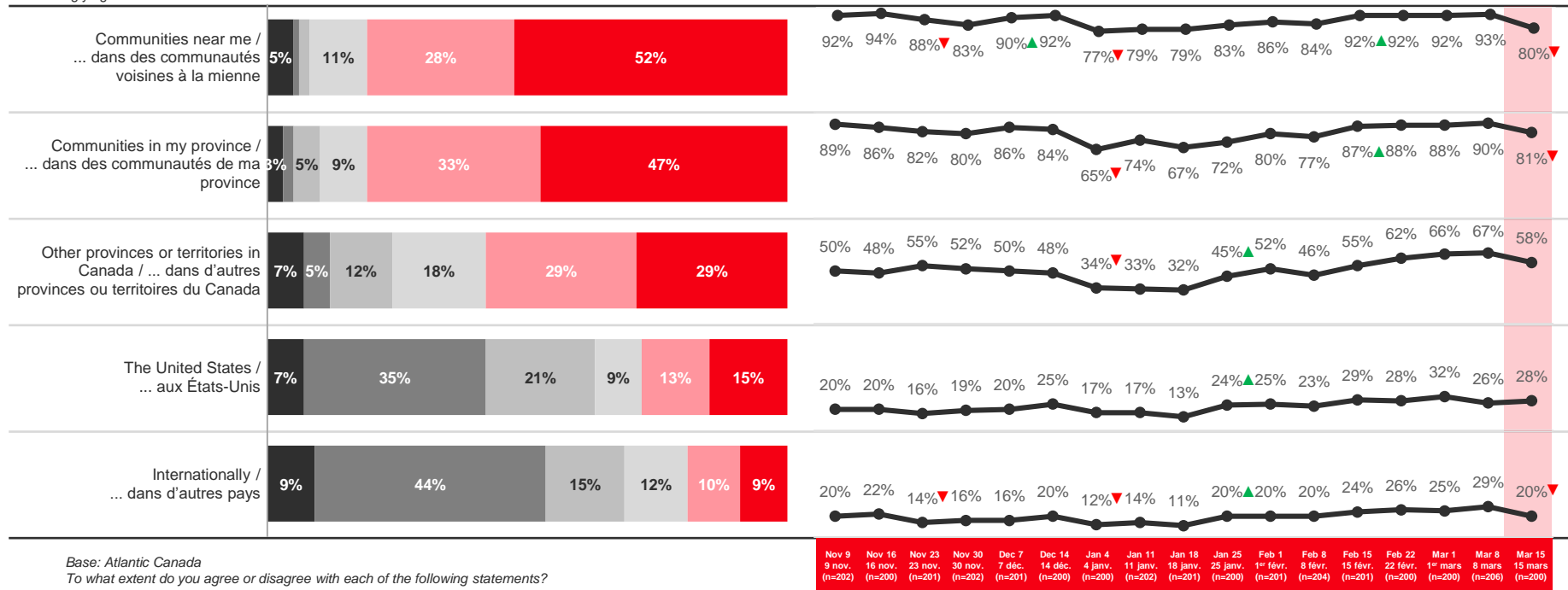
Atlantic Canada / Canada atlantique

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

Mar 15 / 15 mars

Trending / Tendence



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=123)	Urban/Urbain (n=75)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	95%	71%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	91%	75%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	69%	53%
The United States / ... aux États-Unis	25%	30%
Internationally / ... dans d'autres pays	22%	20%

* 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=601)	QC/Qc (n=414)	ATL (n=200)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+36	+56	+57	+43	+51	+51
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+38	+55	+54	+42	+51	+53
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+18	+49	+48	+36	+43	+35
From the United States / ... des États-Unis	-15	+15	+20	+2	+19	-2
From other countries / ... d'autres pays	-15	+17	+19	+4	+21	-15

- 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=601)	QC/Qc (n=414)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+36	+56	+57	+43	+51	+51
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	46%	60%	60%	51%	57%	57%
Neutral / Neutre	44%	37%	37%	41%	37%	38%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	10%	3%	3%	8%	6%	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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=601)	QC/Qc (n=414)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+38	+55	+54	+42	+51	+53
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	47%	59%	57%	50%	57%	58%
Neutral / Neutre	44%	36%	39%	42%	37%	37%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	9%	5%	4%	8%	6%	5%

■ 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=601)	QC/Qc (n=414)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+18	+49	+48	+36	+43	+35
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	34%	56%	54%	47%	54%	49%
Neutral / Neutre	50%	37%	40%	42%	36%	37%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	16%	7%	6%	11%	11%	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 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=601)	QC/Qc (n=414)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-15	+15	+20	+2	+19	-2
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	22%	37%	44%	31%	40%	31%
Neutral / Neutre	41%	40%	32%	40%	40%	37%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	37%	22%	24%	29%	20%	32%

- 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=200)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=601)	QC/Qc (n=414)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-15	+17	+19	+4	+21	-15
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	24%	39%	44%	31%	39%	25%
Neutral / Neutre	37%	39%	31%	42%	42%	36%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	39%	22%	25%	27%	18%	39%

- 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?

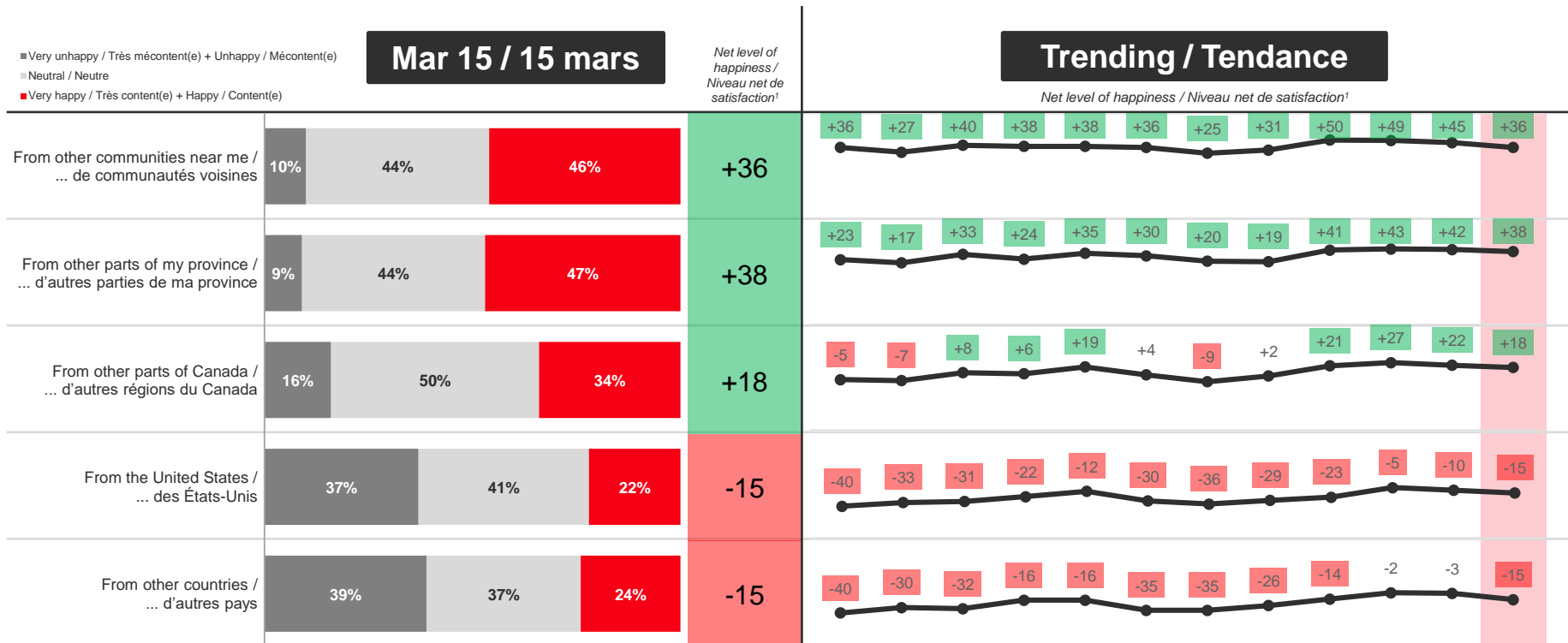
¹ Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».

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 %)

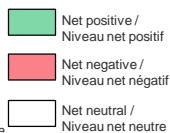
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

British Columbia / Colombie-Britannique



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?



Sept 28 28 sept. (n=210)	Oct 12 12 oct. (n=208)	Oct 26 26 oct. (n=202)	Nov 9 9 nov. (n=215)	Nov 23 23 nov. (n=214)	Dec 7 7 déc. (n=209)	Jan 4 4 janv. (n=202)	Jan 18 18 janv. (n=208)	Feb 1 1 févr. (n=205)	Feb 15 15 févr. (n=210)	Mar 1 1 ^{er} mars (n=204)	Mar 15 15 mars (n=200)
--------------------------------	------------------------------	------------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	--	------------------------------

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=67)*	Urban/Urbain (n=133)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+56	+31
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+49	+35
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+28	+16
From the United States / ... des États-Unis	-21	-14
From other countries / ... d'autres pays	-21	-14

- 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 ».

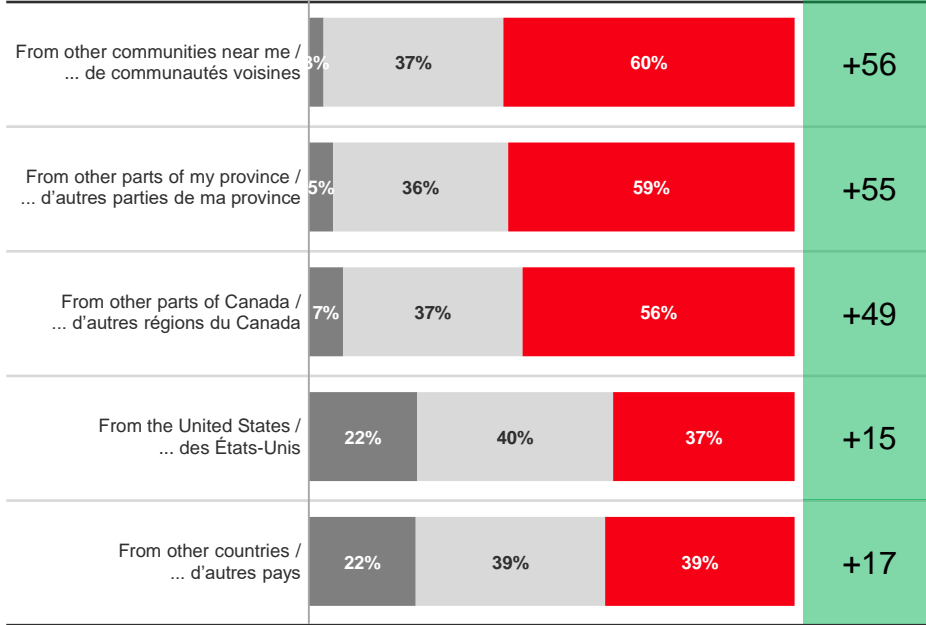
Niveau de référence : Colombie-Britannique

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)

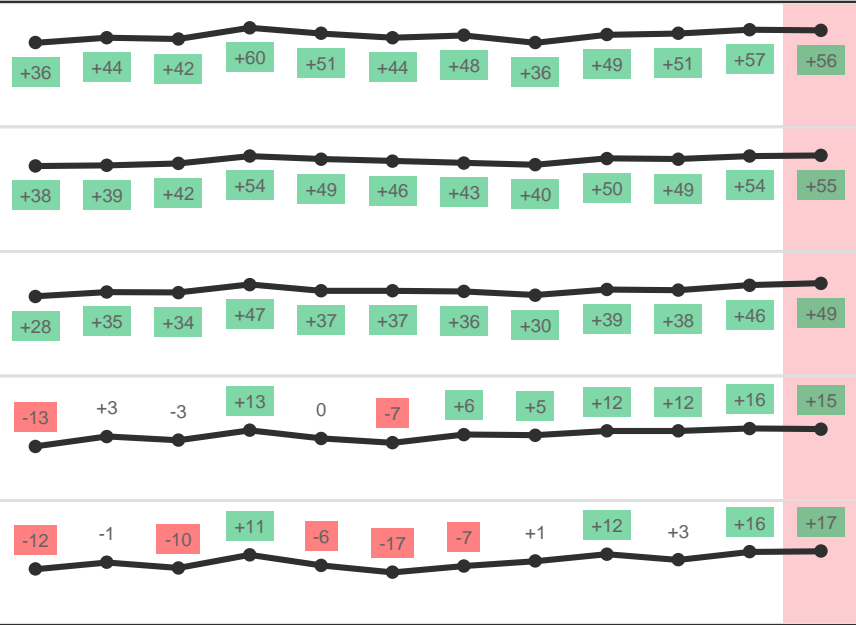
Mar 15 / 15 mars

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 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

Sept 28 (n=204) Oct 12 (n=203) Oct 26 (n=200) Nov 9 (n=205) Nov 23 (n=206) Dec 7 (n=206) Jan 4 (n=200) Jan 18 (n=205) Feb 1 (n=200) Feb 15 (n=204) Mar 1 (n=200) Mar 15 (n=200)

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=92)	Urban/Urbain (n=107)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+61	+54
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+54	+55
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+46	+50
From the United States / ... des États-Unis	+19	+12
From other countries / ... d'autres pays	+14	+20

 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

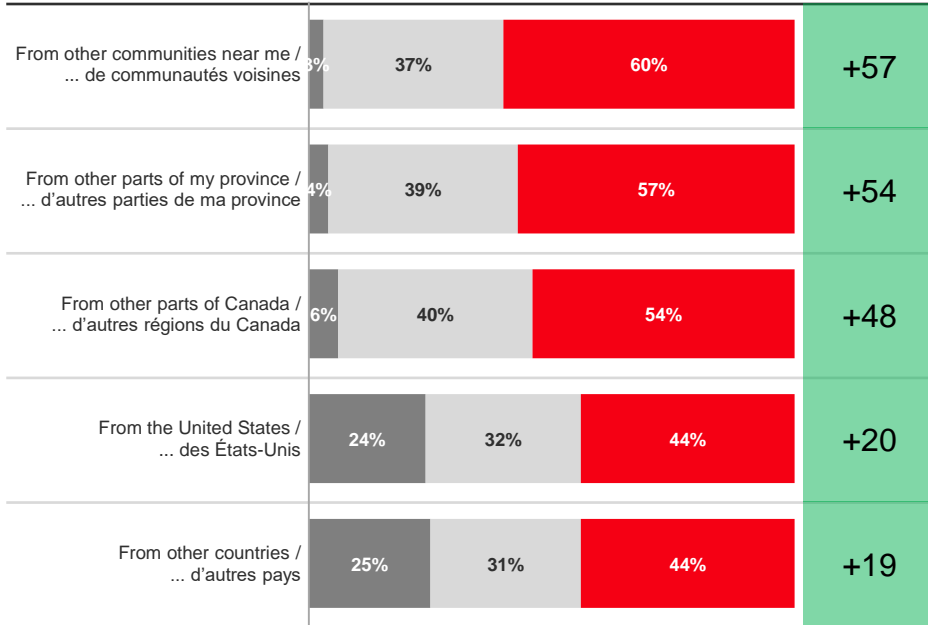
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Saskatchewan / Manitoba

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

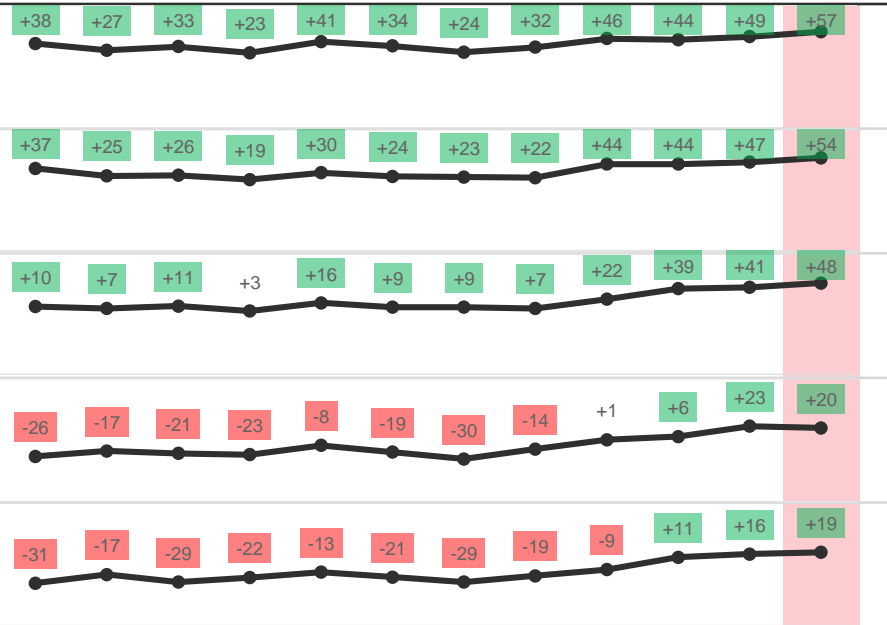
Mar 15 / 15 mars

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

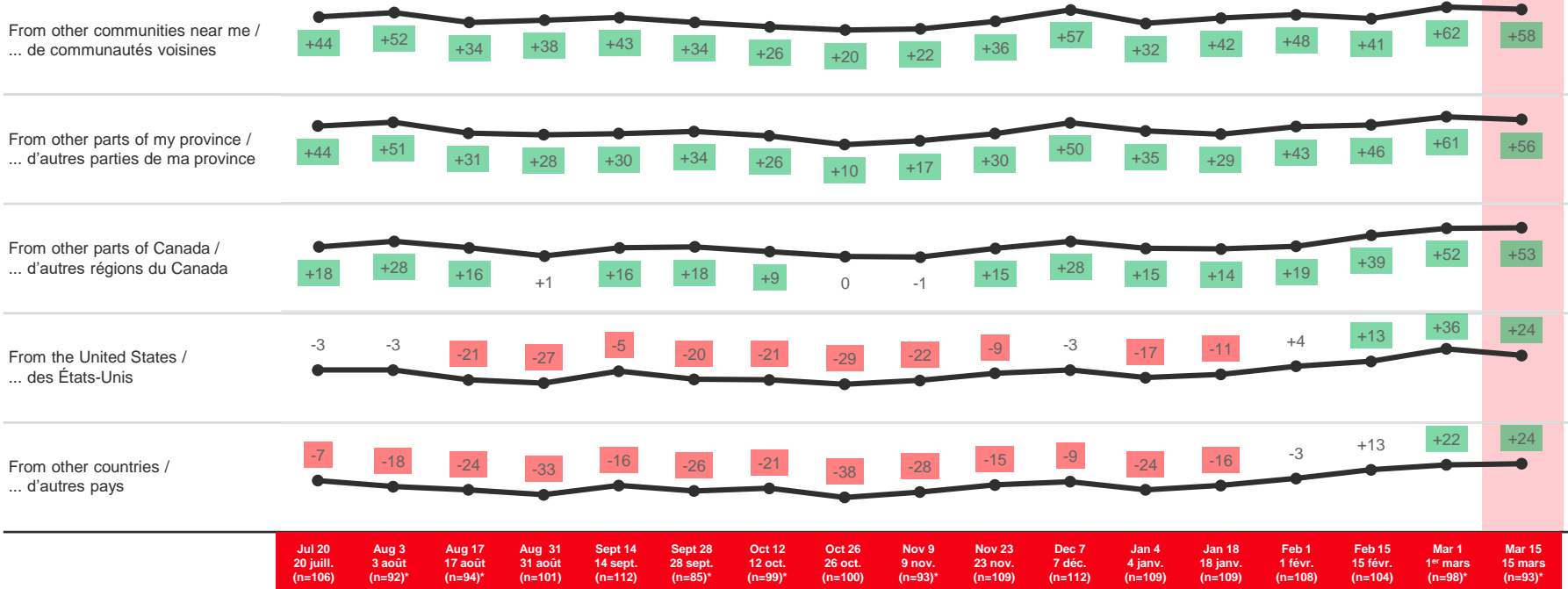
Sept 28 (n=200) Oct 12 (n=201) Oct 26 (n=200) Nov 9 (n=213) Nov 23 (n=204) Dec 7 (n=201) Jan 4 (n=200) Jan 18 (n=200) Feb 1 (n=201) Feb 15 (n=203) Mar 1 (n=200) Mar 15 (n=200)

Saskatchewan

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

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



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

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

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

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

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

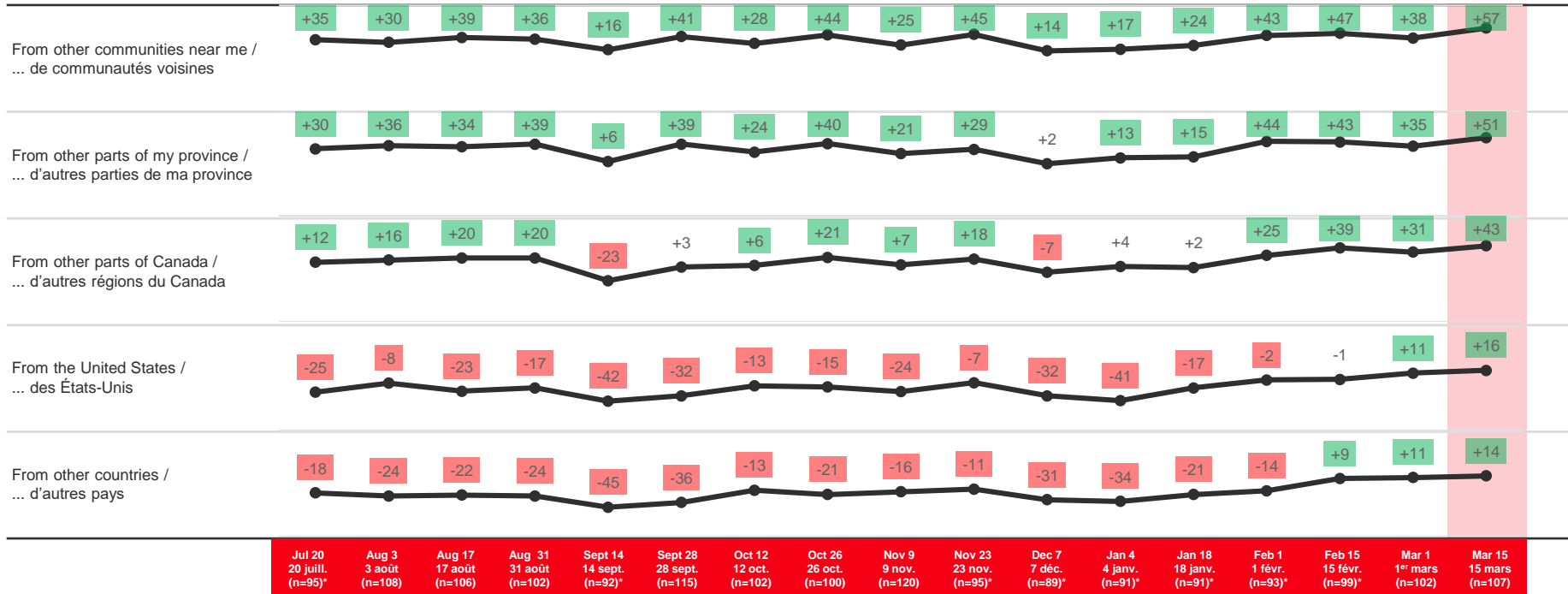
Niveau de référence : Saskatchewan

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

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹

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



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

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

Base: Manitoba

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

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

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

Niveau de référence : Manitoba

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

Saskatchewan / Manitoba – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=88)*	Urban/Urbain (n=109)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+54	+59
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+48	+55
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+41	+51
From the United States / ... des États-Unis	+18	+20
From other countries / ... d'autres pays	+15	+18

 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

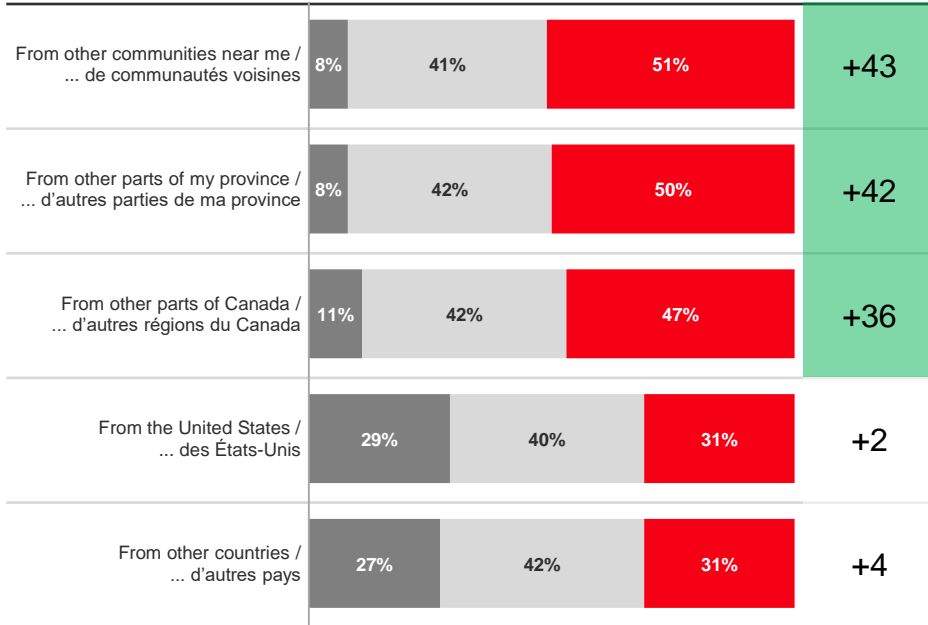
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

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

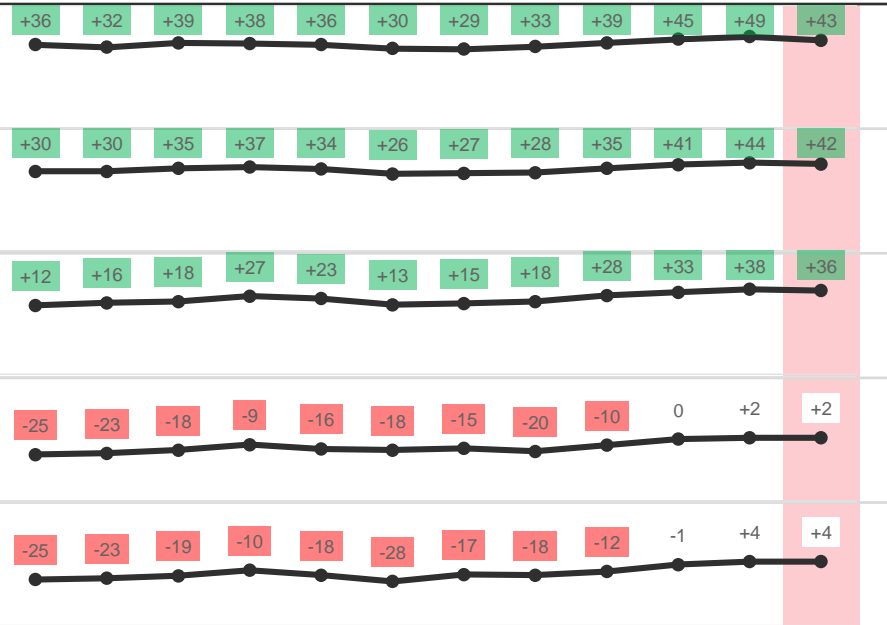
Mar 15 / 15 mars

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



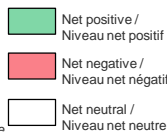
¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Ontario

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

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

Niveau de référence : Ontario

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



Sept 28 28 sept. (n=612)	Oct 12 12 oct. (n=617)	Oct 26 26 oct. (n=606)	Nov 9 9 nov. (n=612)	Nov 23 23 nov. (n=629)	Dec 7 7 déc. (n=620)	Jan 4 4 janv. (n=601)	Jan 18 18 janv. (n=604)	Feb 1 1 févr. (n=600)	Feb 15 15 févr. (n=607)	Mar 1 1 ^{er} mars (n=607)	Mar 15 15 mars (n=601)
--------------------------------	------------------------------	------------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	--	------------------------------

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=83)*	Urban/Urbain (n=511)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+44	+44
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+41	+43
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+39	+37
From the United States / ... des États-Unis	-5	+4
From other countries / ... d'autres pays	+2	+5

 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

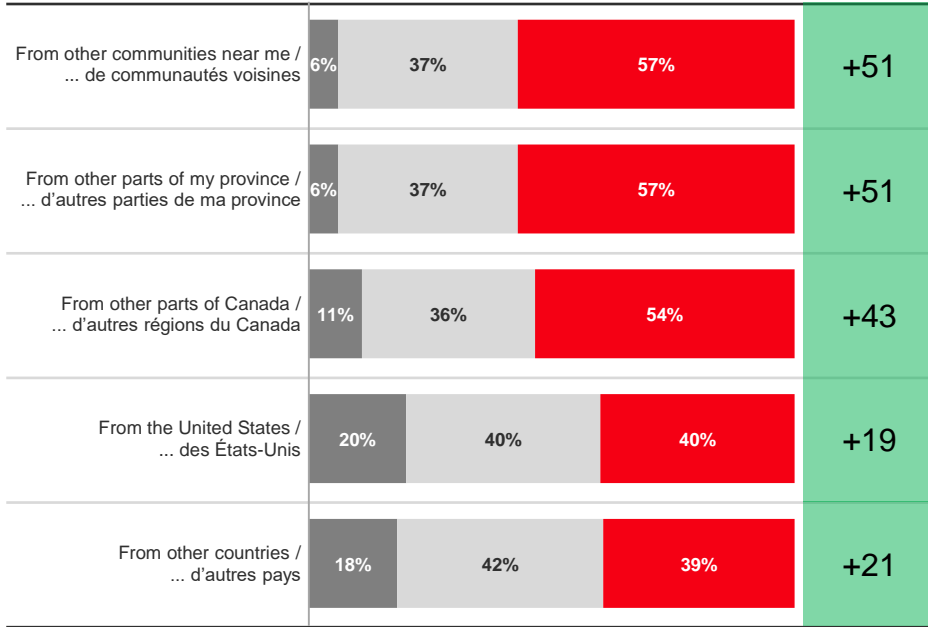
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Quebec / Québec

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

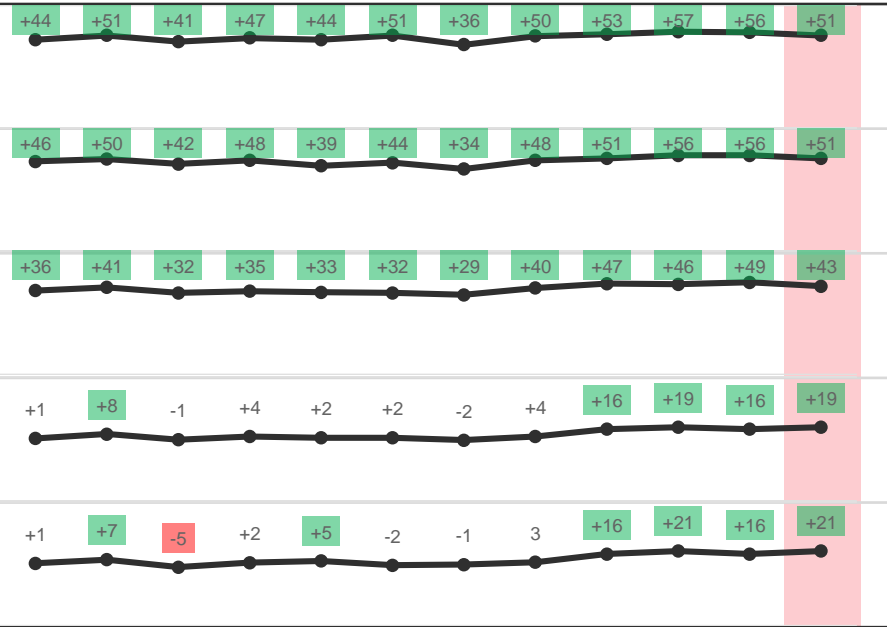
Mar 15 / 15 mars

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

Sept 28 (n=409) Oct 12 (n=415) Oct 26 (n=404) Nov 9 (n=418) Nov 23 (n=395) Dec 7 (n=412) Jan 4 (n=402) Jan 18 (n=415) Feb 1 (n=404) Feb 15 (n=413) Mar 1 (n=408) Mar 15 (n=414)

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=98)*	Urban/Urbain (n=311)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+62	+49
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+53	+50
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+45	+44
From the United States / ... des États-Unis	+14	+22
From other countries / ... d'autres pays	+15	+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

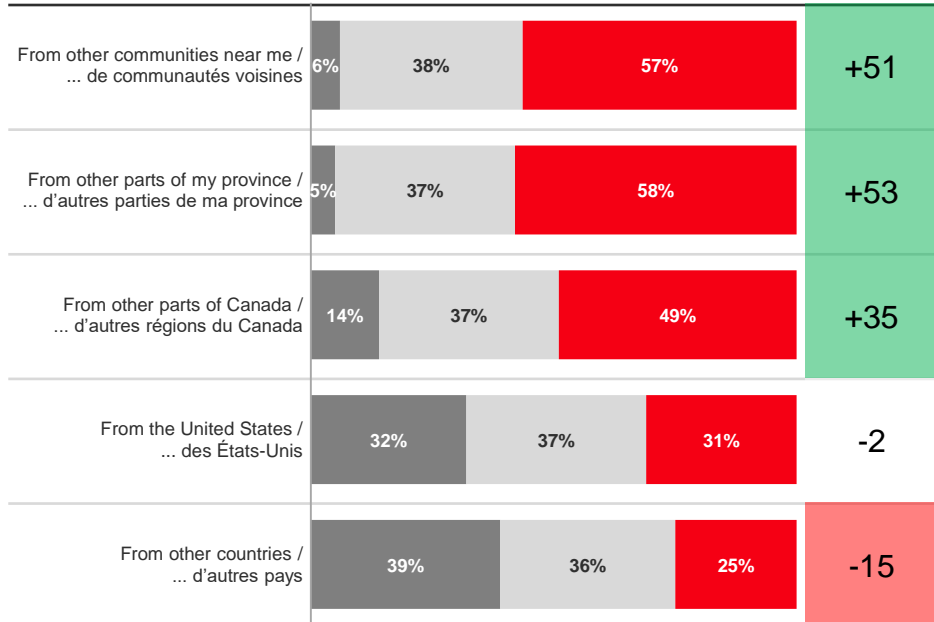
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique

Mar 15 / 15 mars

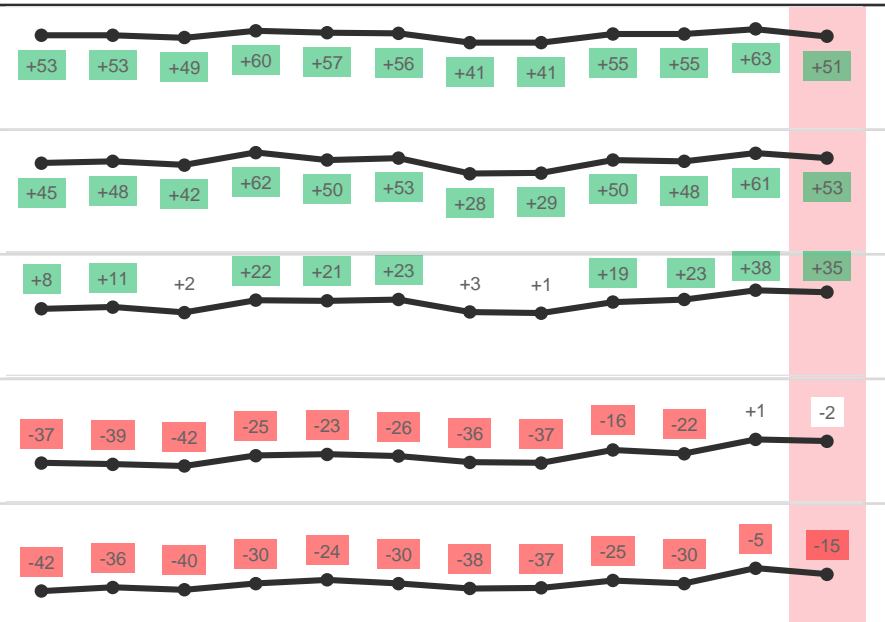
- Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
- Neutral / Neutre
- Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

Net level of happiness / Niveau net de 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: 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

Sept 28 (n=202) Oct 12 (n=202) Oct 26 (n=200) Nov 9 (n=202) Nov 23 (n=201) Dec 7 (n=201) Jan 4 (n=200) Jan 18 (n=201) Feb 1 (n=201) Feb 15 (n=201) Mar 1 (n=200) Mar 15 (n=200)



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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=123)	Urban/Urbain (n=75)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+67	+43
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+64	+46
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+29	+34
From the United States / ... des États-Unis	-17	+8
From other countries / ... d'autres pays	-20	-10

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

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

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

Base: 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?