

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2022-03-29



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2022-03-29"

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, 2022-03-29 »

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 nearby communities, other parts of Canada, the US and other international destinations. Receptivity of promoting towards other parts of Canada are at the highest levels seen since the start of tracking.
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. However, feelings of safety towards all domestic destinations and international destinations (outside of the US) have been trending downwards over the month of March.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards other parts of Canada, the US and other international destinations. Receptivity of promoting towards the US has been trending downwards over the past 2 weeks tracked.
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 remained stable towards all regions.
Ontario	■	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations have remained stable. Feelings of safety have generally been stable towards all domestic destinations since the end of February and towards all international destinations since the beginning of March.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards nearby communities and other parts of Canada. Receptivity of promoting their community are at the highest levels seen since the start of tracking towards all destinations. Notably, receptivity towards the US and other international destinations have shifted positive for the first time.
Quebec	■	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. However, levels continue to trend upwards and are at the highest levels seen since the start of tracking towards the US and other international destinations.
Atlantic Canada	■	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 other parts of the province and the US. Receptivity of promoting towards other parts of the province has been trending downwards over the past 2 weeks tracked.

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

2 ▲ positive compared to previous week

▼ negative compared to previous week

■ no change compared to previous week



Résumé

	Je me sens à l'aise de voyager		Réaction à la publicité	
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 semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leurs collectivités dirigée vers les visiteurs de collectivités voisines, d'autres régions du Canada, des États-Unis et d'autres pays étrangers. La réaction à la publicité ciblant les visiteurs d'autres régions du Canada est à son plus haut niveau depuis le début du suivi.
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. Cela dit, le sentiment de sécurité à l'égard de toutes les destinations au pays et à l'étranger (ailleurs qu'aux États-Unis) a connu une tendance à la baisse au cours du mois de mars.	▼	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 d'autres régions du Canada, les États-Unis et d'autres pays étrangers. La réaction à la publicité ciblant les visiteurs des États-Unis est en baisse depuis les deux dernières semaines à l'étude.
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, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée.
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. Globalement, le sentiment de sécurité n'a pas fluctué depuis fin février pour ce qui est des voyages partout au pays, et depuis début mars pour ce qui est des voyages dans l'ensemble des destinations étrangères.	▲	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant des communautés voisines et d'autres régions du Canada. La réaction à la publicité est à son plus haut niveau depuis le début du suivi, peu importe la destination ciblée. Fait à noter, la réaction à la publicité dirigée vers les visiteurs des États-Unis et d'autres pays étrangers est positive pour la première fois.
Québec	■	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	■	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. Cela dit, la réaction à la publicité dirigée vers les visiteurs des États-Unis et d'autres pays étrangers continue de s'améliorer et atteint son plus haut niveau depuis le début du suivi.
Canada atlantique	■	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 d'autres parties de la province et les États-Unis. La réaction à la publicité ciblant les visiteurs d'autres parties de la province est en baisse depuis les deux dernières semaines à l'étude.

* 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=207)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	92%	91%	80%	89%	87%	88%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	84%	86%	79%	83%	84%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	70%	78%	71%	73%	74%	60%
The United States / ... aux États-Unis	41%	53%	48%	42%	51%	32%
Internationally / ... dans d'autres pays	36%	45%	37%	36%	45%	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

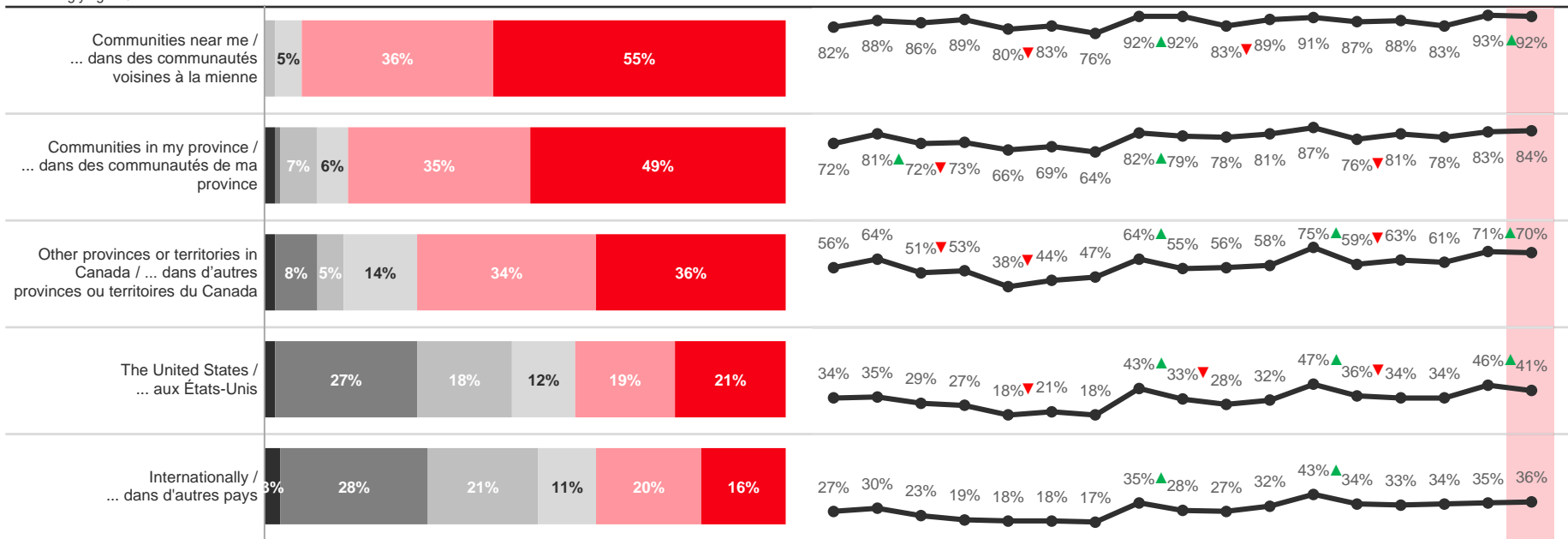
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Mar 29 / 29 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 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) Mar 22 (n=205) Mar 29 (n=207)

▲ 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=145)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	95%	91%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	92%	83%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	69%	70%
The United States / ... aux États-Unis	36%	41%
Internationally / ... dans d'autres pays	26%	38%

* 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

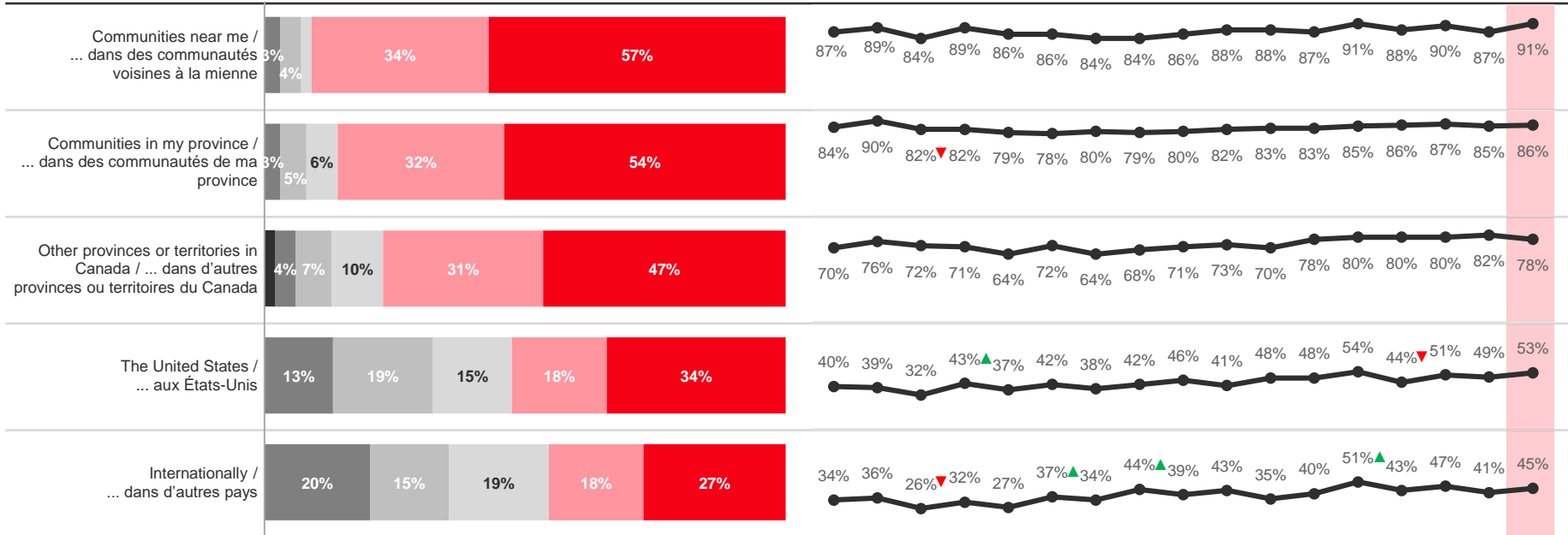
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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 29 / 29 mars

Trending / Tendance

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



Base: Alberta

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

Niveau de référence : Alberta

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

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) | Feb 22 (n=203) | Mar 1 (n=200) | Mar 8 (n=218) | Mar 15 (n=200) | Mar 22 (n=206) | Mar 29 (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%)

Alberta

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=90)*	Urban/Urbain (n=110)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	92%	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	78%	79%
The United States / ... aux États-Unis	60%	49%
Internationally / ... dans d'autres pays	44%	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

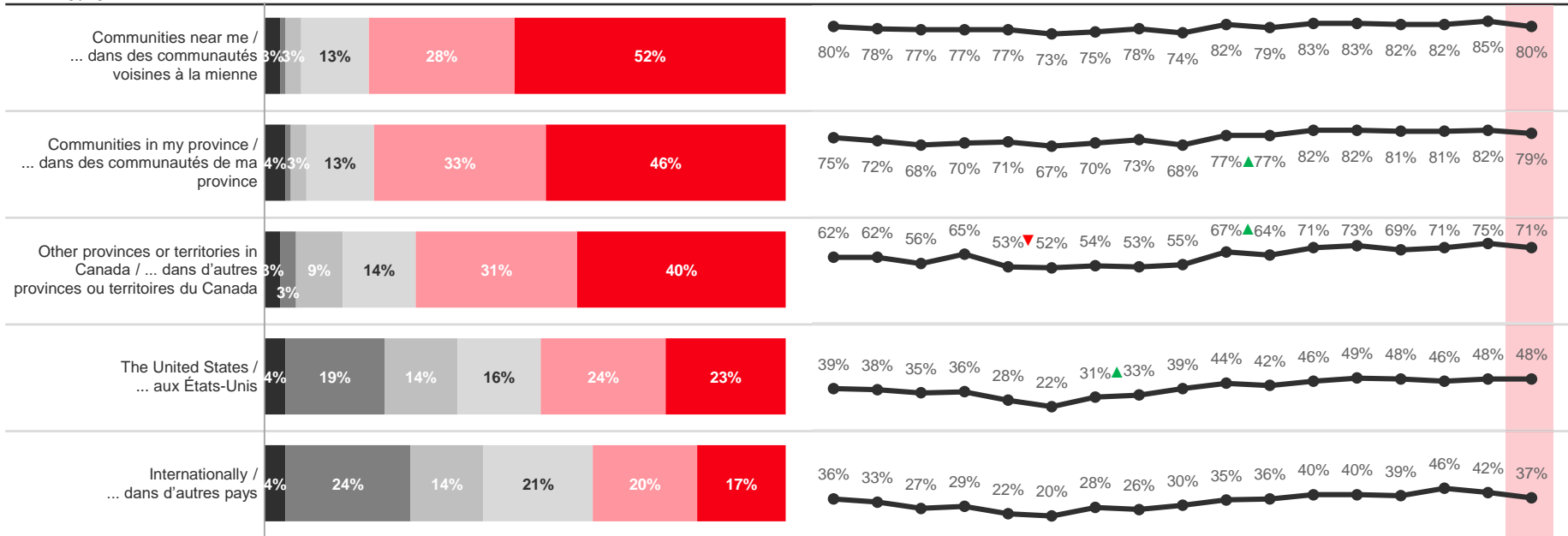
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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 29 / 29 mars

Trending / Tendance

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



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) | Mar 22 (n=200) | Mar 29 (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: 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... »

Saskatchewan

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

Trending / Tendance

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



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

Base: Saskatchewan

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

"I feel safe to travel to..."

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

Niveau de référence : Saskatchewan

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

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

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

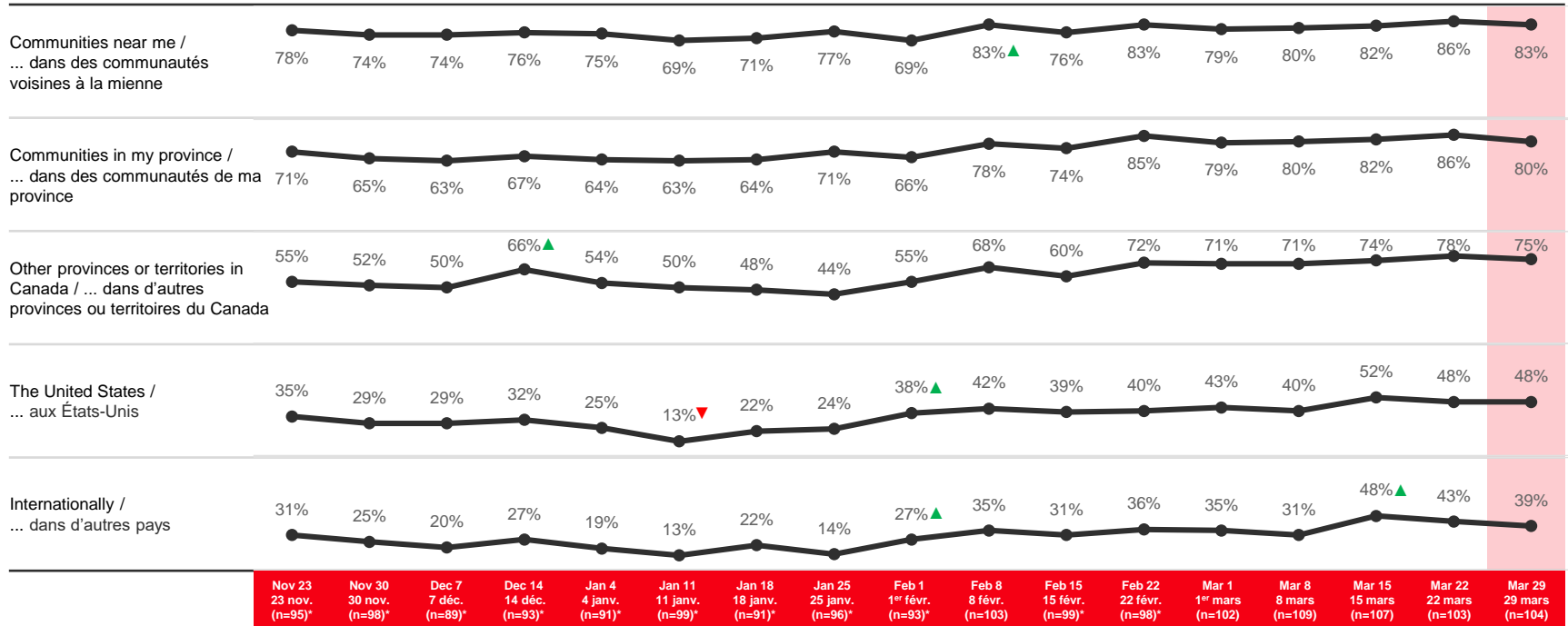


Manitoba

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

Trending / Tendance

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



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

Base: Manitoba

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

"I feel safe to travel to..."

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

Niveau de référence : Manitoba

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

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

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



Saskatchewan / Manitoba

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=89)*	Urban/Urbain (n=110)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	86%	78%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	86%	78%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	76%	70%
The United States / ... aux États-Unis	50%	48%
Internationally / ... dans d'autres pays	39%	36%

* 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

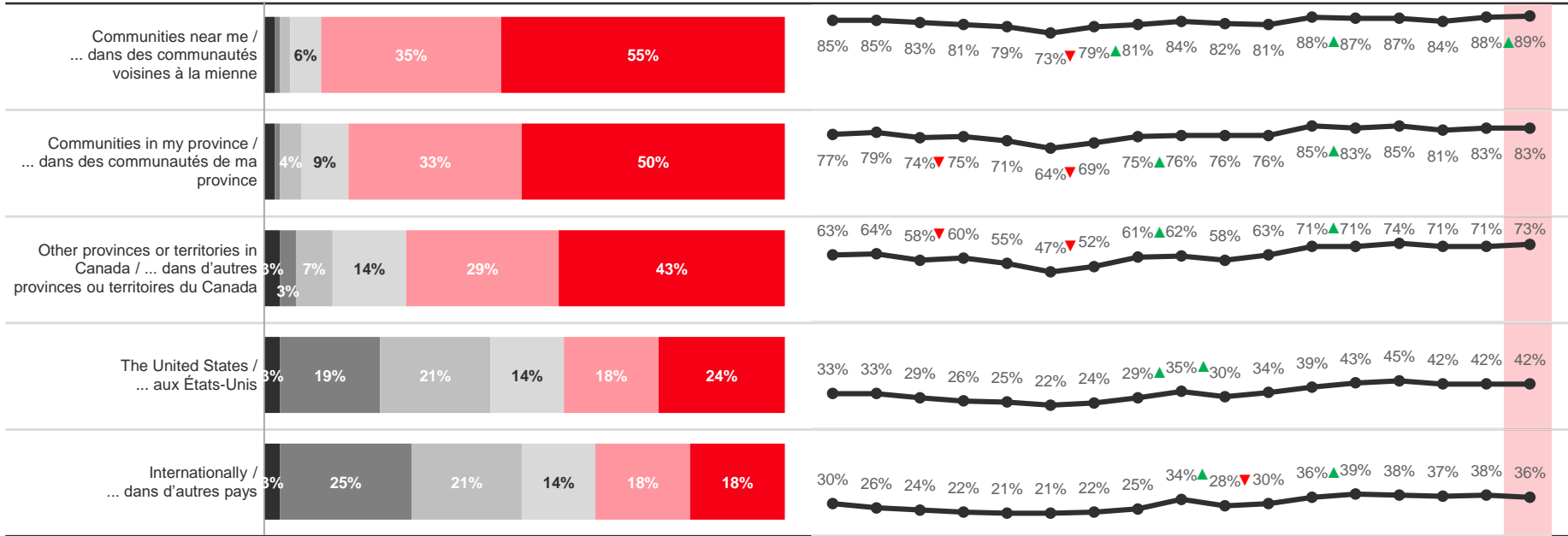
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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 29 / 29 mars

Trending / Tendance

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



Base: Ontario

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

Niveau de référence : Ontario

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

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) | Feb 22 (n=601) | Mar 1 (n=607) | Mar 8 (n=624) | Mar 15 (n=601) | Mar 22 (n=603) | Mar 29 (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%)



Ontario

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=98)*	Urban/Urbain (n=504)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	94%	89%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	89%	83%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	74%	73%
The United States / ... aux États-Unis	48%	42%
Internationally / ... dans d'autres pays	42%	36%

* 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

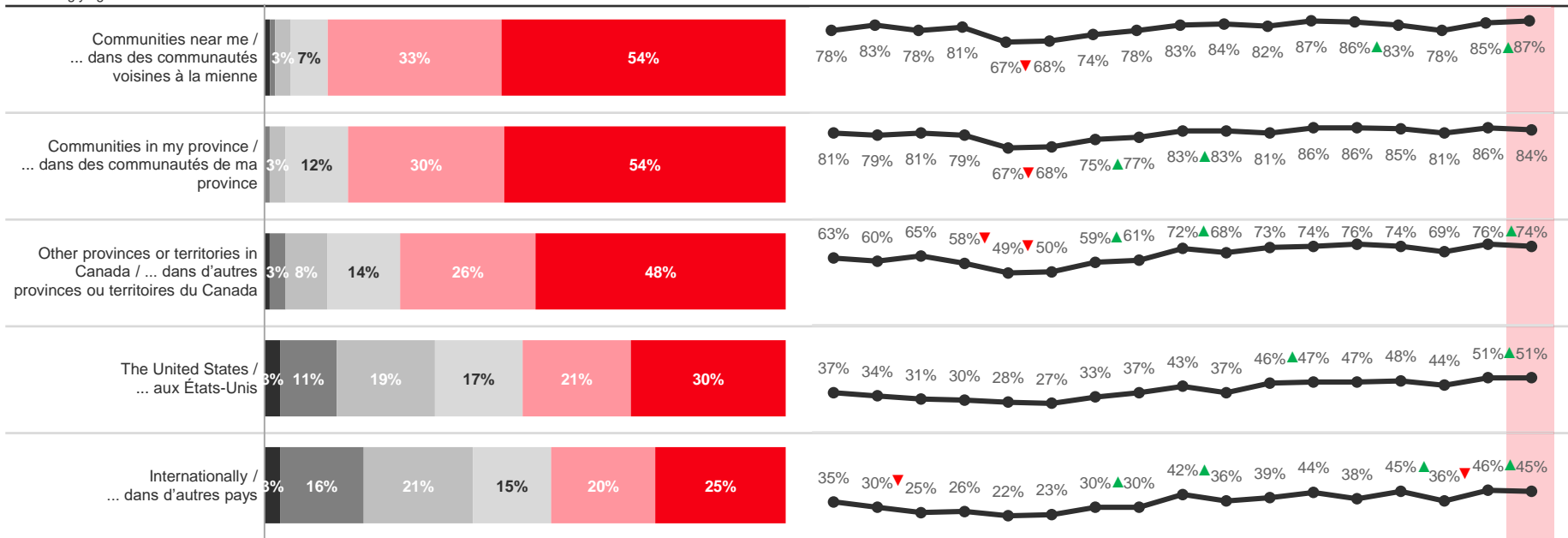
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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 29 / 29 mars

Trending / Tendance

% 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 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) | Mar 22 (n=407) | Mar 29 (n=411)

▲ 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=88)*	Urban/Urbain (n=315)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	82%	88%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	83%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	72%	73%
The United States / ... aux États-Unis	46%	52%
Internationally / ... dans d'autres pays	42%	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: 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... »

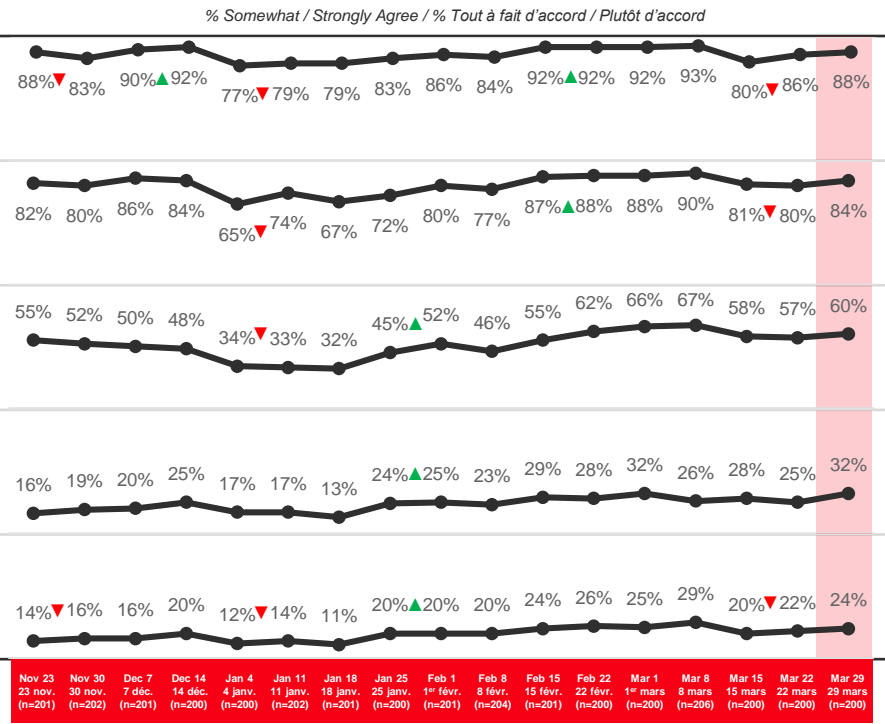
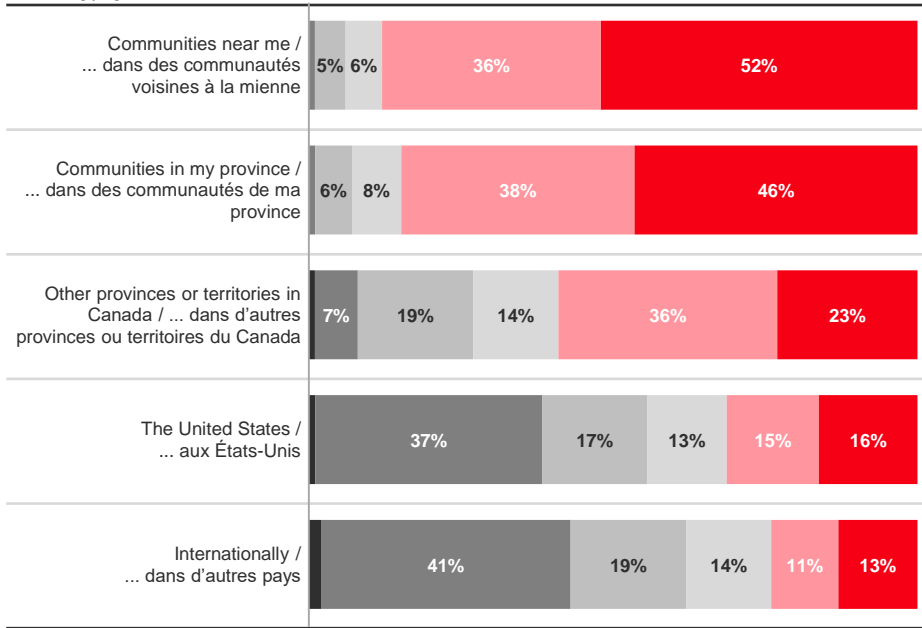
Atlantic Canada / Canada atlantique

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 29 / 29 mars

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=123)	Urban/Urbain (n=76)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	89%	87%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	82%	86%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	57%	60%
The United States / ... aux États-Unis	26%	35%
Internationally / ... dans d'autres pays	20%	26%

* 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=207)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+51	+58	+51	+54	+55	+56
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+43	+54	+52	+51	+57	+41
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+32	+48	+38	+47	+50	+29
From the United States / ... des États-Unis	-5	+20	+10	+11	+25	-14
From other countries / ... d'autres pays	-5	+23	+12	+8	+24	-16

- 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=207)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+51	+58	+51	+54	+55	+56
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	59%	64%	58%	59%	59%	62%
Neutral / Neutre	33%	31%	36%	37%	37%	32%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	8%	6%	6%	4%	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=207)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+43	+54	+52	+51	+57	+41
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	55%	60%	58%	56%	62%	54%
Neutral / Neutre	33%	34%	36%	39%	33%	33%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	12%	6%	6%	5%	5%	13%

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

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

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

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

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

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

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

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

Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre 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=207)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+32	+48	+38	+47	+50	+29
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	48%	58%	47%	54%	58%	47%
Neutral / Neutre	35%	32%	44%	39%	35%	35%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	17%	10%	9%	7%	7%	18%

- 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=207)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-5	+20	+10	+11	+25	-14
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	29%	41%	36%	36%	41%	26%
Neutral / Neutre	37%	37%	39%	38%	42%	34%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	34%	22%	25%	26%	17%	40%

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

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

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=207)	AB/Alb. (n=200)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=607)	QC/Qc (n=411)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-5	+23	+12	+8	+24	-16
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	31%	43%	39%	34%	41%	23%
Neutral / Neutre	33%	36%	34%	40%	43%	38%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	36%	20%	27%	26%	17%	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 %)

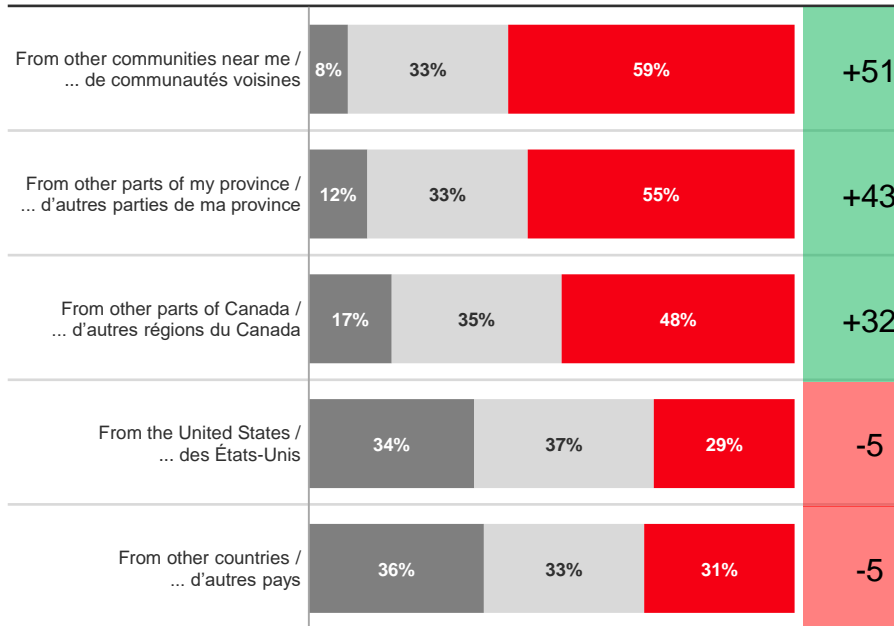
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

British Columbia / Colombie-Britannique

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

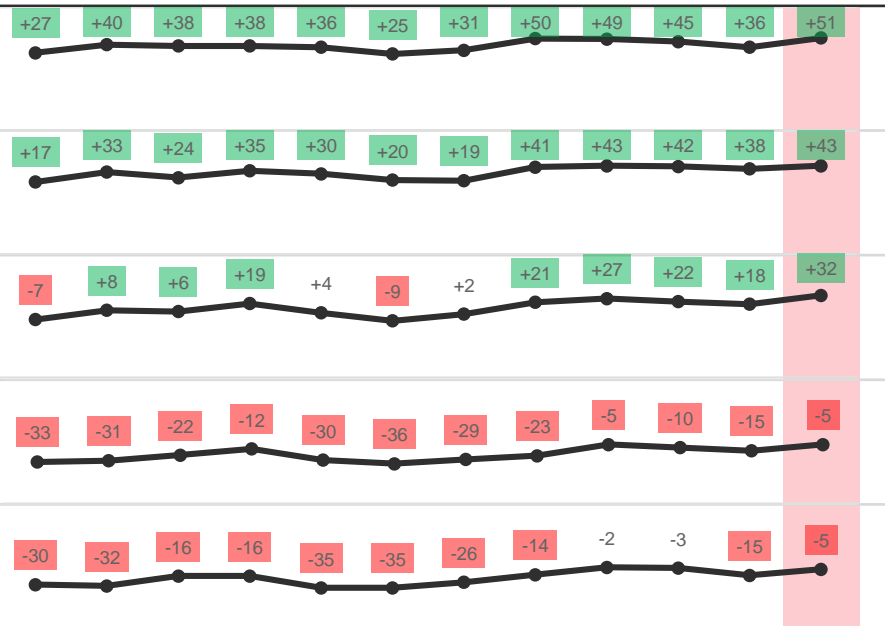
Mar 29 / 29 mars

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: 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

Oct 12	Oct 26	Nov 9	Nov 23	Dec 7	Jan 4	Jan 18	Feb 1	Feb 15	Mar 1	Mar 15	Mar 29
12 oct.	26 oct.	9 nov.	23 nov.	7 déc.	4 janv.	18 janv.	1 févr.	15 févr.	1 ^{er} mars	15 mars	29 mars
(n=208)	(n=202)	(n=215)	(n=214)	(n=209)	(n=202)	(n=208)	(n=205)	(n=210)	(n=204)	(n=200)	(n=207)

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=145)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+55	+50
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+49	+42
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+31	+32
From the United States / ... des États-Unis	-13	-4
From other countries / ... d'autres pays	-26	-1

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

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

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

Base: 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 ».

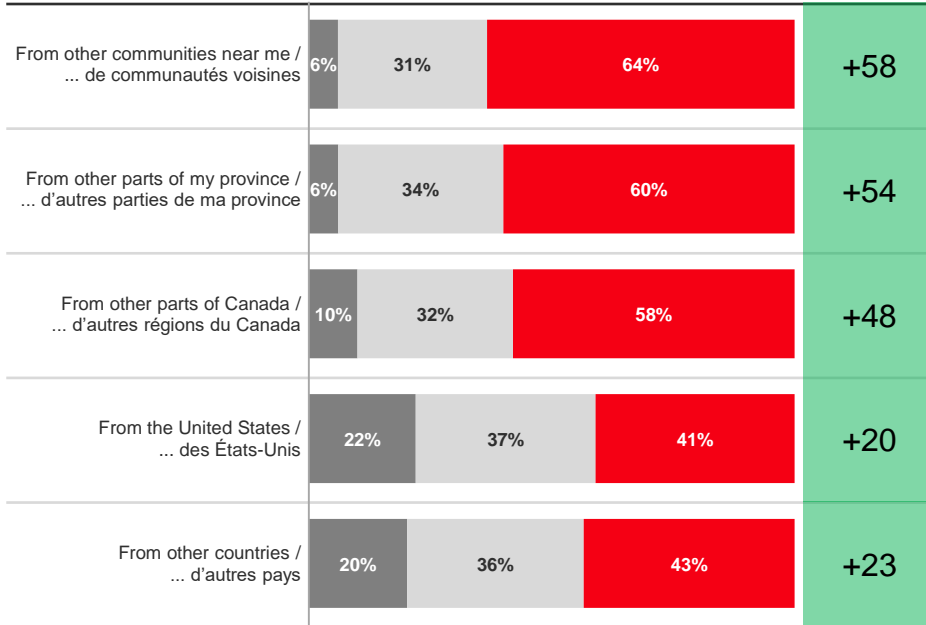
Niveau de référence : Colombie-Britannique

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)

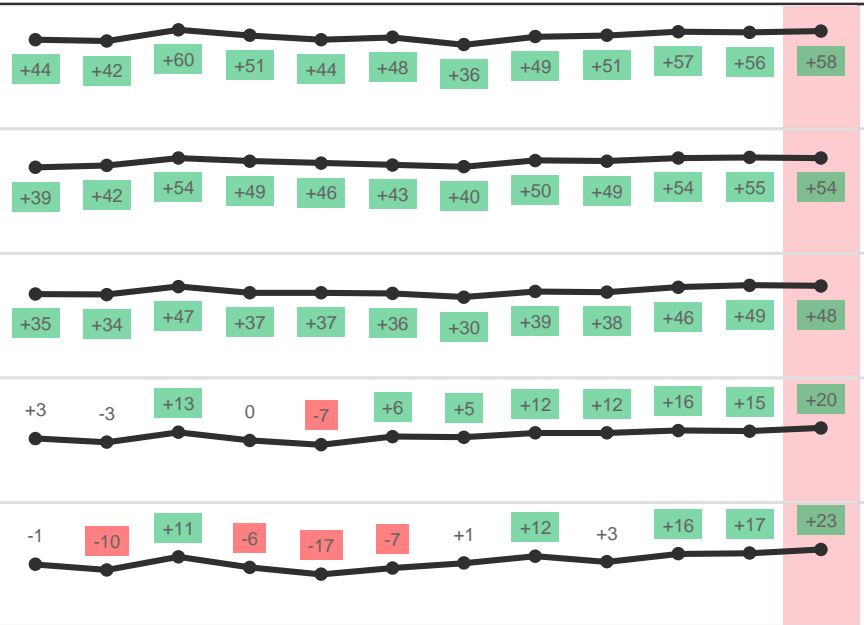
Mar 29 / 29 mars

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

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=90)*	Urban/Urbain (n=110)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+60	+57
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+57	+51
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+48	+48
From the United States / ... des États-Unis	+18	+20
From other countries / ... d'autres pays	+9	+28

 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

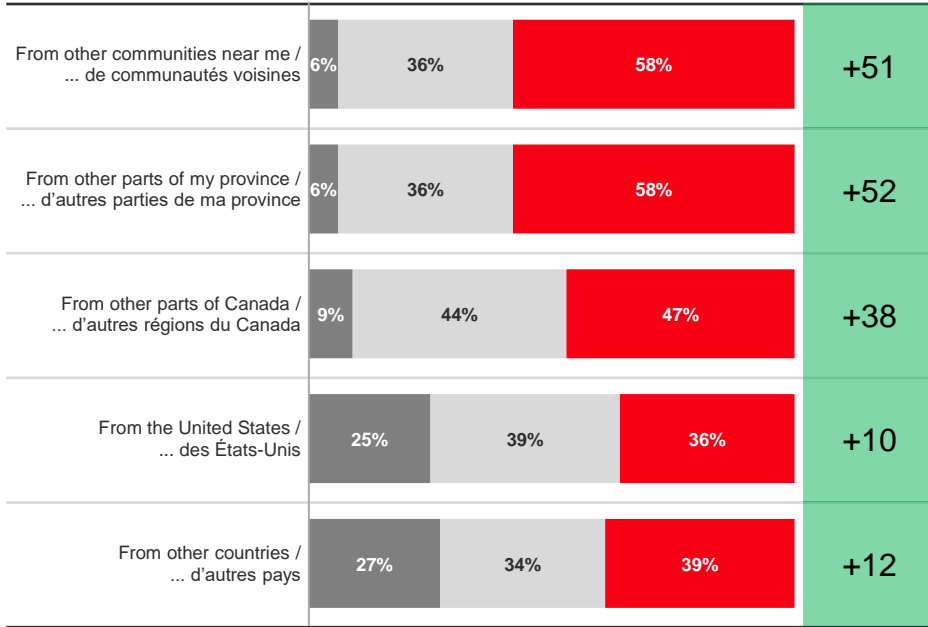
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

Saskatchewan / Manitoba

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

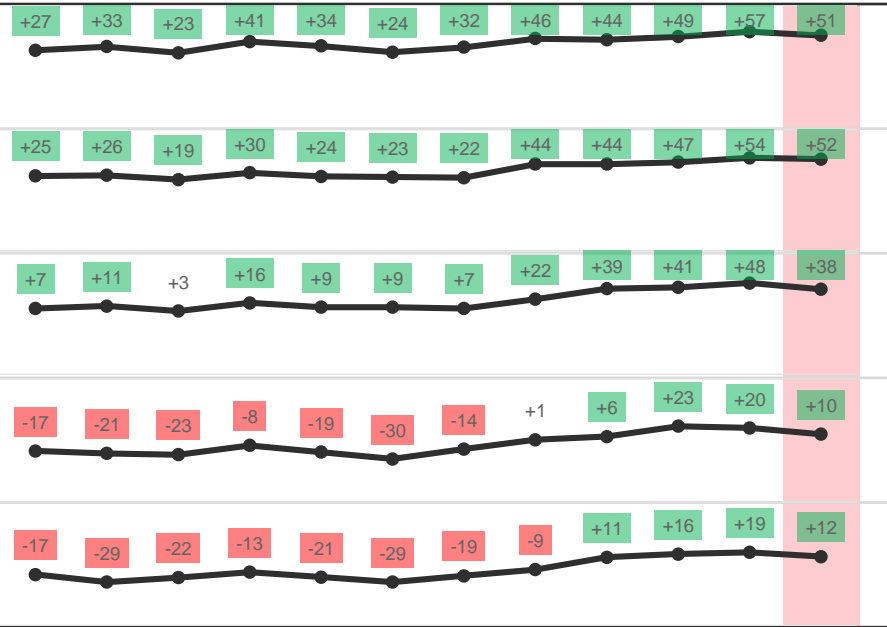
Mar 29 / 29 mars

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

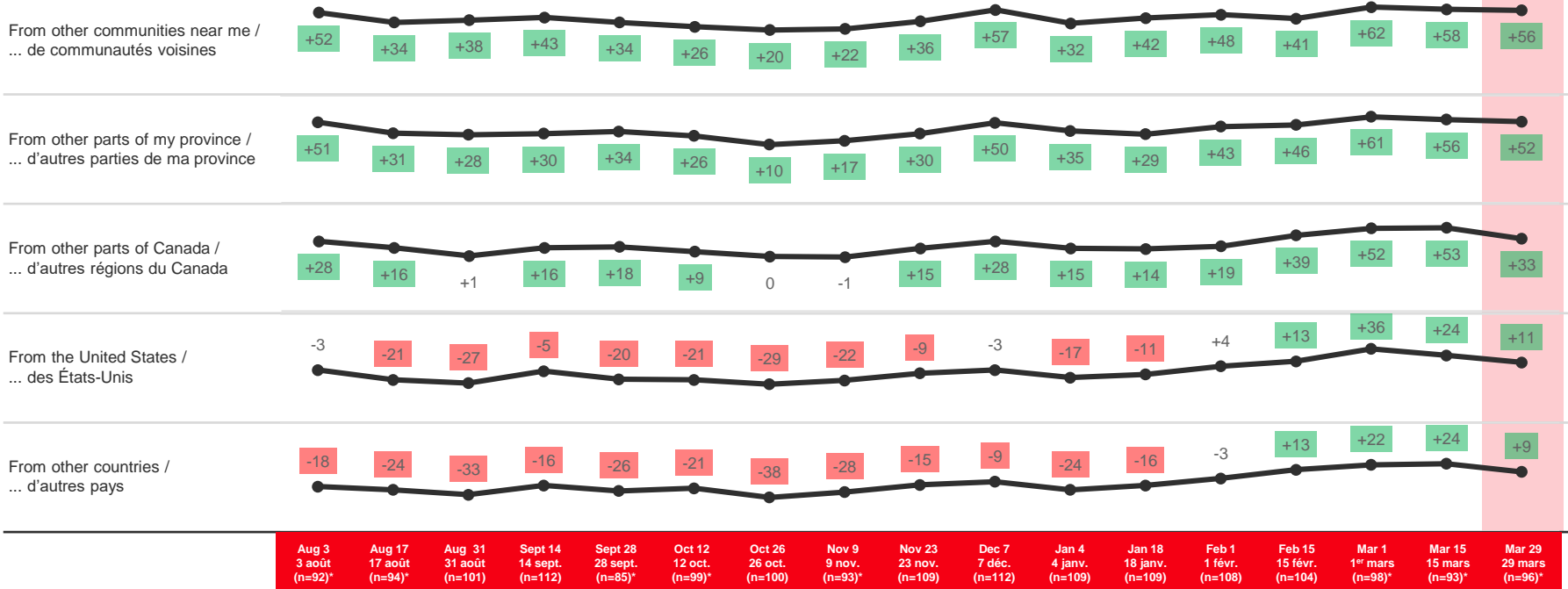
Oct 12 12 oct. (n=201) Oct 26 26 oct. (n=200) Nov 9 9 nov. (n=213) Nov 23 23 nov. (n=204) Dec 7 7 déc. (n=201) Jan 4 4 janv. (n=200) Jan 18 18 janv. (n=200) Feb 1 1 févr. (n=201) Feb 15 15 févr. (n=203) Mar 1 1^{er} mars (n=200) Mar 15 15 mars (n=200) Mar 29 29 mars (n=200)

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 ».

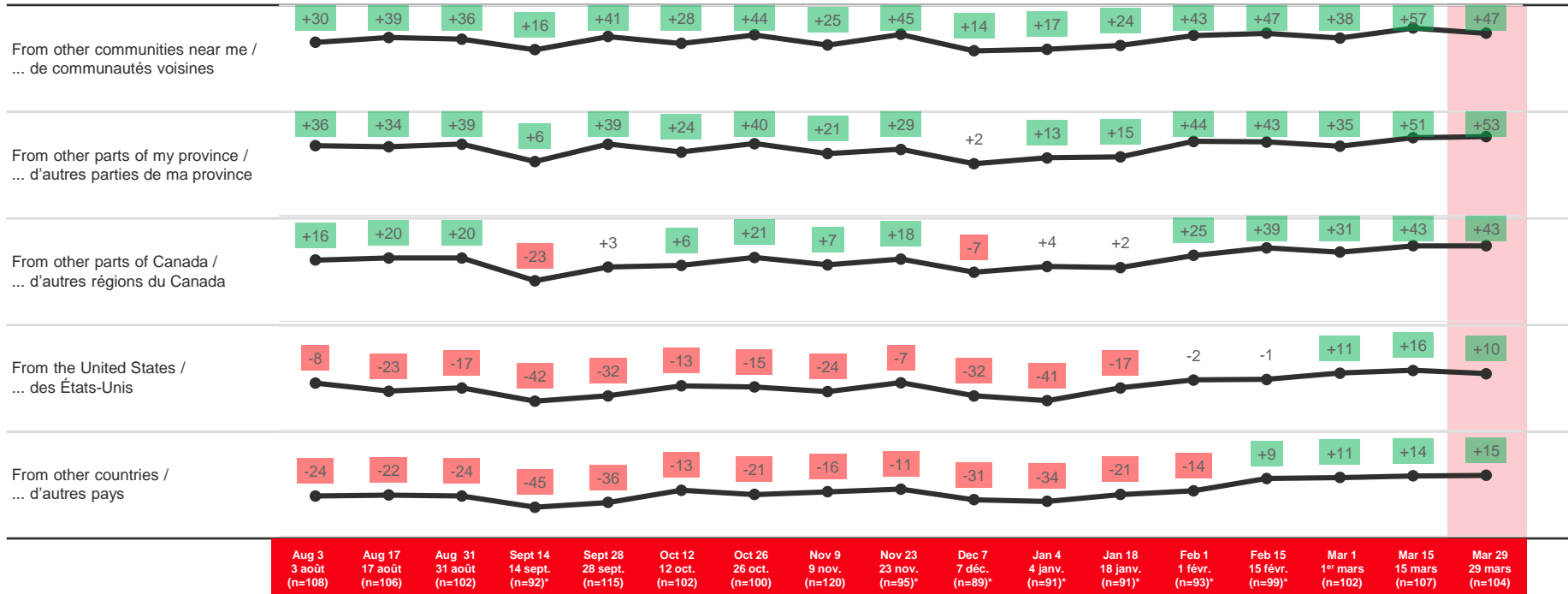
Niveau de référence : Saskatchewan

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=89)*	Urban/Urbain (n=110)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+48	+53
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+50	+53
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+37	+40
From the United States / ... des États-Unis	+11	+11
From other countries / ... d'autres pays	-4	+16

 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 ».

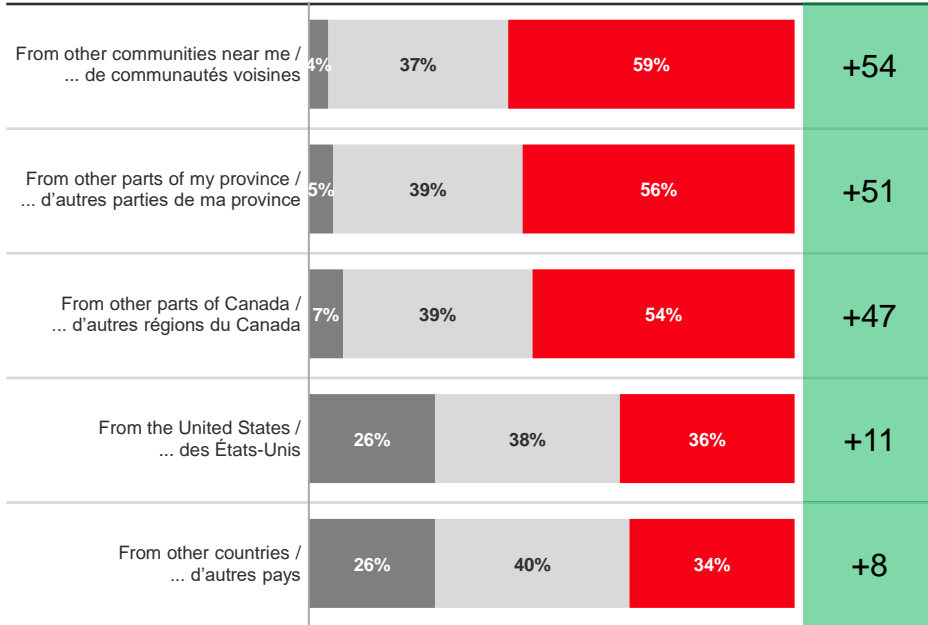
Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

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?

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

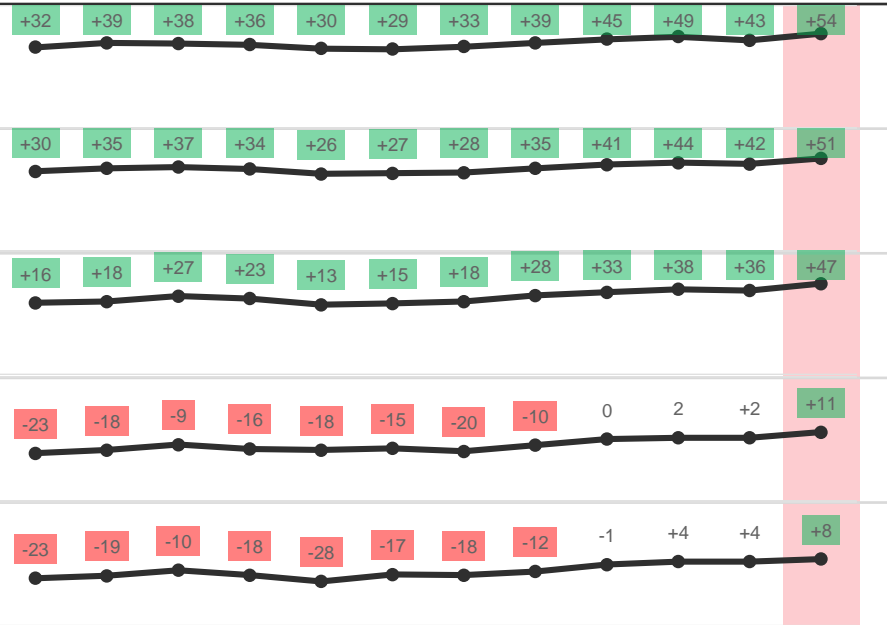
Mar 29 / 29 mars

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?

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

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) | Mar 1 (n=607) | Mar 15 (n=601) | Mar 29 (n=607)

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=98)*	Urban/Urbain (n=504)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+58	+54
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+57	+51
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+48	+47
From the United States / ... des États-Unis	+23	+8
From other countries / ... d'autres pays	+13	+7

 Net positive / Niveau net positif

 Net negative / Niveau net négatif

 Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Base: 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

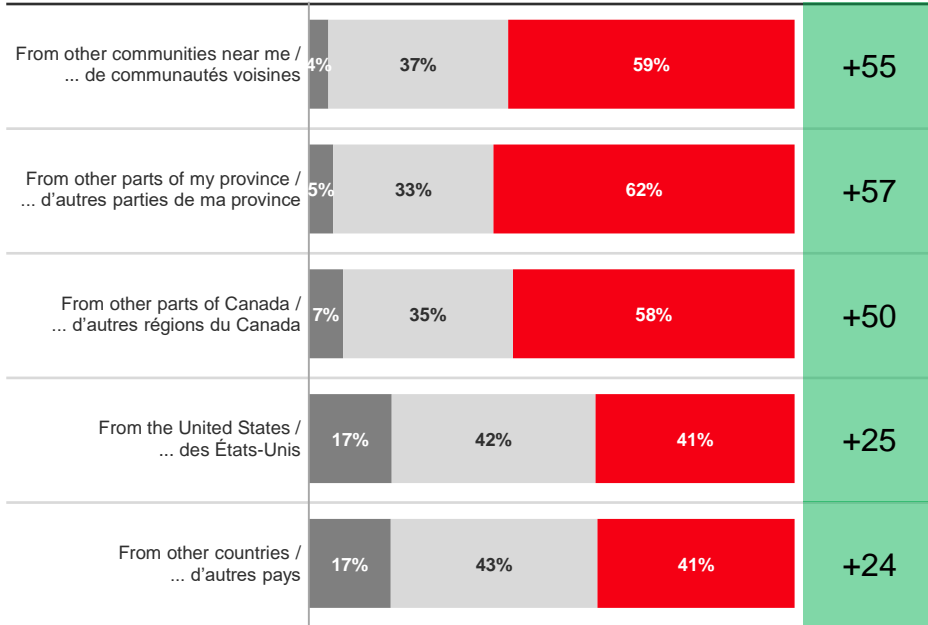
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Quebec / Québec

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

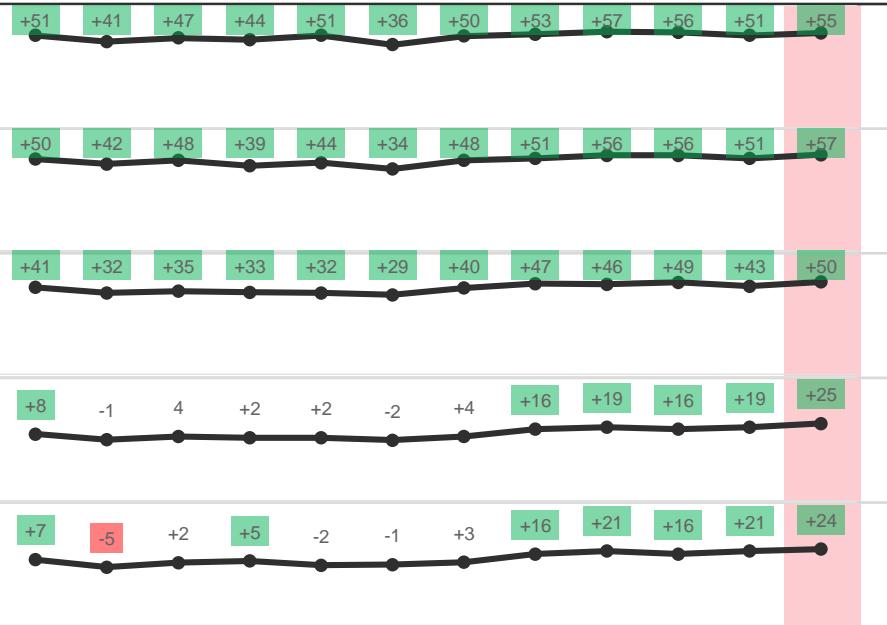
Mar 29 / 29 mars

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

Oct 12 12 oct. (n=415)	Oct 26 26 oct. (n=404)	Nov 9 9 nov. (n=418)	Nov 23 23 nov. (n=395)	Dec 7 7 déc. (n=412)	Jan 4 4 janv. (n=402)	Jan 18 18 janv. (n=415)	Feb 1 1 févr. (n=404)	Feb 15 15 févr. (n=413)	Mar 1 1 ^{er} mars (n=408)	Mar 15 15 mars (n=414)	Mar 29 29 mars (n=411)
------------------------------	------------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	--	------------------------------	------------------------------

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=88)*	Urban/Urbain (n=315)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+55	+56
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+46	+59
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+47	+50
From the United States / ... des États-Unis	+22	+25
From other countries / ... d'autres pays	+14	+27

 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

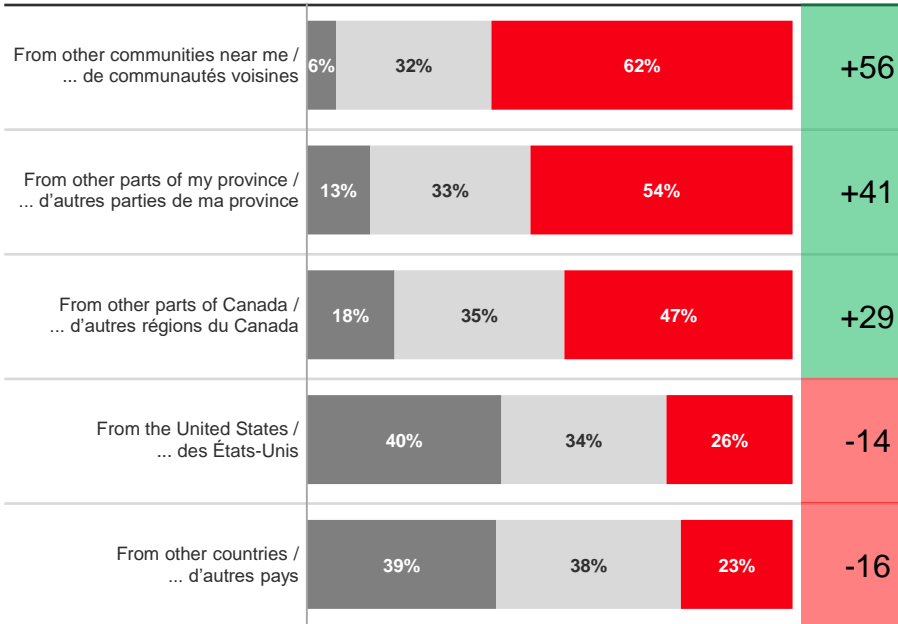
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique

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

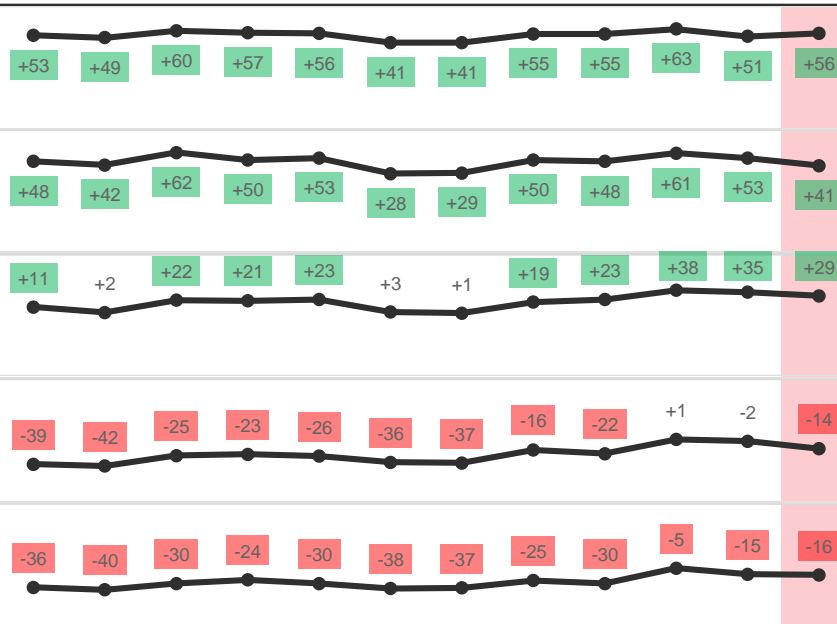
Mar 29 / 29 mars

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: 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

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) Mar 1 1^{er} mars (n=200) Mar 15 15 mars (n=200) Mar 29 29 mars (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=76)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+62	+52
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+55	+34
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+31	+30
From the United States / ... des États-Unis	-15	-13
From other countries / ... d'autres pays	-28	-9

- 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?