

Resident Sentiment / Opinion des résidents

2021-06-08



Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: "Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2021-06-08"

Destination Canada donne l'autorisation d'utiliser ces données.
Veuillez indiquer comme source : « Sondage hebdomadaire de Destination Canada sur
l'opinion des résidents quant à la situation liée à la COVID-19, 2021-06-08 »

Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
BC	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly increased towards all in-province destinations, the US and other international destinations. Feelings of safety towards all domestic destinations has generally been trending upwards since the end of May.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards all in-province destinations. Receptivity has been trending upwards towards all domestic destinations since the beginning of May.
Alberta	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly increased towards the US and other international destinations. Feelings of safety towards all domestic destinations has generally been trending upwards since mid-May.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards all destinations. Receptivity is strongly positive for all domestic destinations and, although still negative, is much improved for international destinations.
Saskatchewan	▬	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable. However, feelings of safety have generally been trending upwards for all destinations since early to mid-May.	▬	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions. However, receptivity has been trending upwards for all domestic destinations since the beginning of May.
Manitoba*	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards all out-of-province destinations. Feelings of safety have also been trending downwards for in-province destinations since mid-May.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards all out-of-province destinations. Receptivity has also been generally trending downwards for all in-province destinations since the end of April.
Ontario	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly increased towards all in-province destinations. Feelings of safety have also been trending upwards towards other parts of Canada and the US since mid-May.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of the province and other parts of Canada. Notably, promoting to other parts of Canada has moved from negative to positive. Receptivity has been trending upwards for all destinations over the past 2 weeks of tracking.
Quebec	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly increased towards all in-province destinations. Feelings of safety have also been trending upwards towards other parts of Canada since the beginning of May, and towards the US and international destinations since mid-May.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of Canada and the US. Although still negative, receptivity is much improved for the US.
Atlantic Canada	▲	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly increased towards all in-province destinations. Feelings of safety have also been trending upwards towards other parts of Canada since the end of May.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of the province and other parts of Canada. Receptivity has been trending upwards for nearby communities, other parts of the province and the US over the past 2 weeks of tracking, and towards other parts of Canada over the past 3 weeks of tracking.

* 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	▲	En comparaison avec la semaine précédente, le sentiment de sécurité s'est grandement amélioré pour les voyages dans l'ensemble des destinations de la province, aux États-Unis et dans les autres destinations à l'étranger. Le sentiment de sécurité par rapport aux voyages dans toutes les régions du Canada maintient généralement sa tendance à la hausse depuis la fin de mai.	▲	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 dans l'ensemble des régions de la province. L'ouverture à la publicité dirigée vers l'ensemble des régions du pays maintient généralement sa tendance à la hausse depuis le début de mai.
Alberta	▲	En comparaison avec la semaine précédente, le sentiment de sécurité s'est grandement amélioré pour les voyages aux États-Unis et dans les autres destinations à l'étranger. Le sentiment de sécurité par rapport aux voyages dans toutes les régions du Canada maintient généralement sa tendance à la hausse depuis la mi-mai.	▲	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 dirigée vers l'ensemble des régions. L'ouverture à la publicité est très forte envers toutes les régions du pays, mais elle est toujours négative pour la publicité dirigée vers les pays étrangers, même si elle s'améliore beaucoup.
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. Toutefois, le sentiment de sécurité par rapport aux voyages dans l'ensemble des destinations maintient généralement sa tendance à la hausse depuis la période du début à la mi-mai.	▬	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté demeure stable, quelle que soit la région ciblée. Toutefois, l'ouverture à la publicité dirigée vers l'ensemble des régions du pays maintient généralement sa tendance à la hausse depuis le début de mai.
Manitoba*	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans l'ensemble des destinations à l'extérieur de la province. Le sentiment de sécurité est aussi à la baisse pour les voyages à l'intérieur de la province depuis la mi-mai.	▼	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, l'ouverture des résidents à l'idée de voir de la publicité sur leur communauté ciblant l'ensemble des régions canadiennes hors de leur province a connu un recul. L'ouverture à la publicité connaît aussi une tendance générale à la baisse depuis la fin d'avril pour la publicité dirigée vers l'ensemble des régions de la province.
Ontario	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager dans l'ensemble des destinations de la province. Le sentiment de sécurité connaît aussi une tendance à la hausse depuis la mi-mai pour les voyages dans d'autres régions du Canada et aux États-Unis.	▲	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 dirigée vers les visiteurs d'autres parties de la province et d'autres régions du Canada. Notamment, la réaction face à de la publicité s'adressant aux visiteurs d'autres régions du Canada n'est plus négative, mais positive. Depuis les deux dernières semaines ayant fait l'objet d'un suivi, l'ouverture face à la publicité ciblant l'ensemble des régions connaît une tendance à la hausse.
Québec	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager dans l'ensemble des destinations de la province. Le sentiment de sécurité connaît aussi une tendance à la hausse depuis le début de mai pour les voyages dans d'autres régions du Canada et depuis la mi-mai pour les voyages aux États-Unis et ailleurs à l'étranger.	▲	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 d'autres parties du Canada et les États-Unis. Même si elle demeure négative, l'ouverture face à la publicité dirigée vers les États-Unis s'améliore beaucoup.
Canada atlantique	▲	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement augmenté pour ce qui est de voyager dans l'ensemble des destinations de la province. Le sentiment de sécurité connaît aussi une tendance à la hausse depuis la fin de mai pour les voyages dans d'autres régions du Canada.	▲	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 dirigée vers les visiteurs d'autres parties de la province et d'autres régions du Canada. L'ouverture face à la publicité connaît une tendance à la hausse depuis les deux dernières semaines de suivi pour la publicité dirigée vers les communautés voisines, d'autres parties de la province et les États-Unis, et elle suit une tendance à la hausse depuis les trois dernières semaines de suivi pour la publicité ciblant d'autres parties du Canada.

* 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, 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, 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=204)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=202)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	88%	88%	70%	82%	82%	90%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	71%	82%	65%	74%	83%	84%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	41%	68%	36%	52%	56%	31%
The United States / ... aux États-Unis	28%	42%	21%	28%	31%	13%
Internationally / ... dans d'autres pays	22%	32%	17%	22%	26%	13%

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

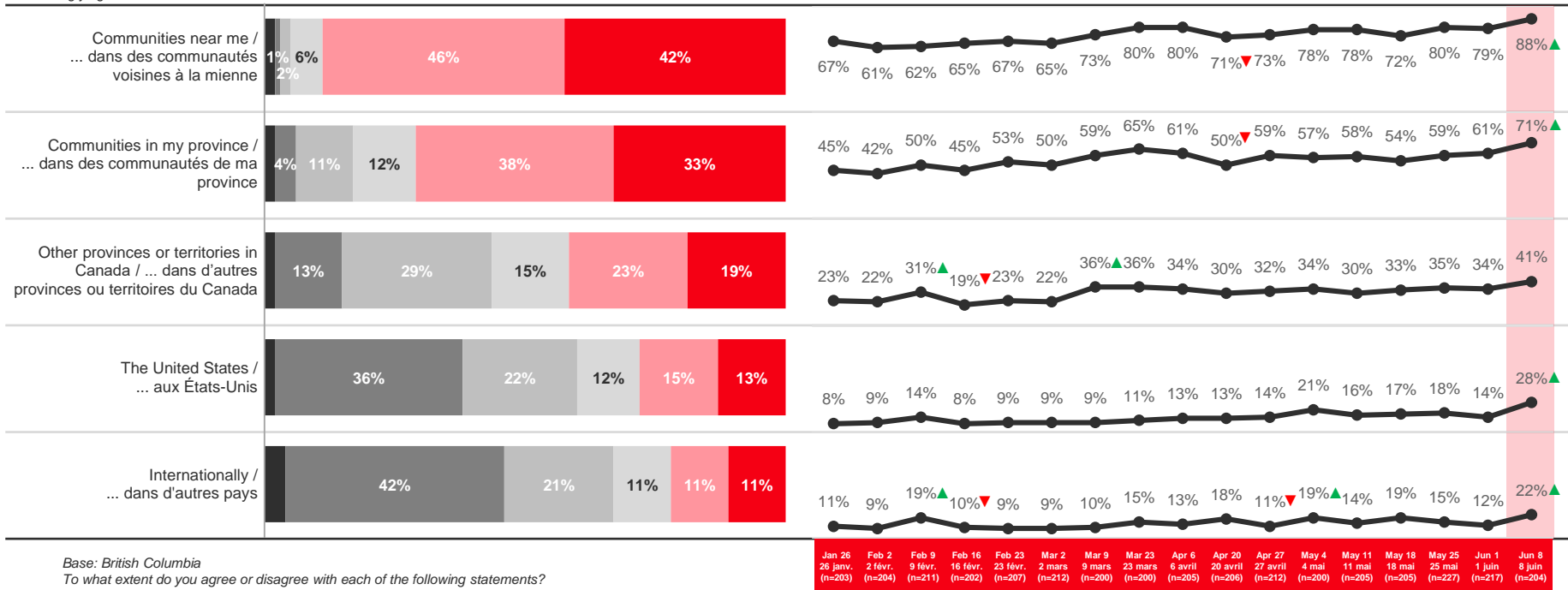
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jun 8 / 8 juin

Trending / Tendance

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



Base: British Columbia

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

Niveau de référence : Colombie-Britannique

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

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

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

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=55)*	Urban/Urbain (n=147)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	90%	89%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	62%	73%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	45%	42%
The United States / ... aux États-Unis	22%	29%
Internationally / ... dans d'autres pays	13%	23%

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

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

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

Base: 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

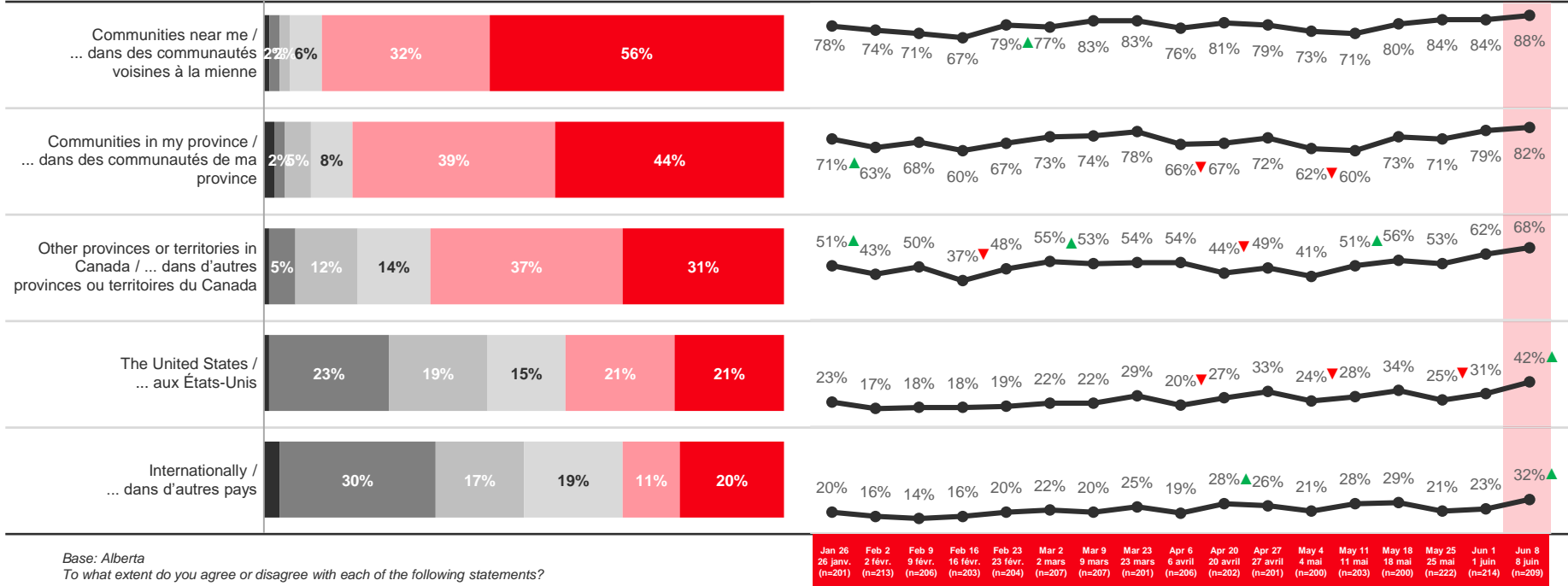
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jun 8 / 8 juin

Trending / Tendence

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



Base: Alberta

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

Niveau de référence : Alberta

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

▲ 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=75)*	Urban/Urbain (n=130)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	83%	89%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	83%	82%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	60%	71%
The United States / ... aux États-Unis	36%	45%
Internationally / ... dans d'autres pays	20%	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: 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

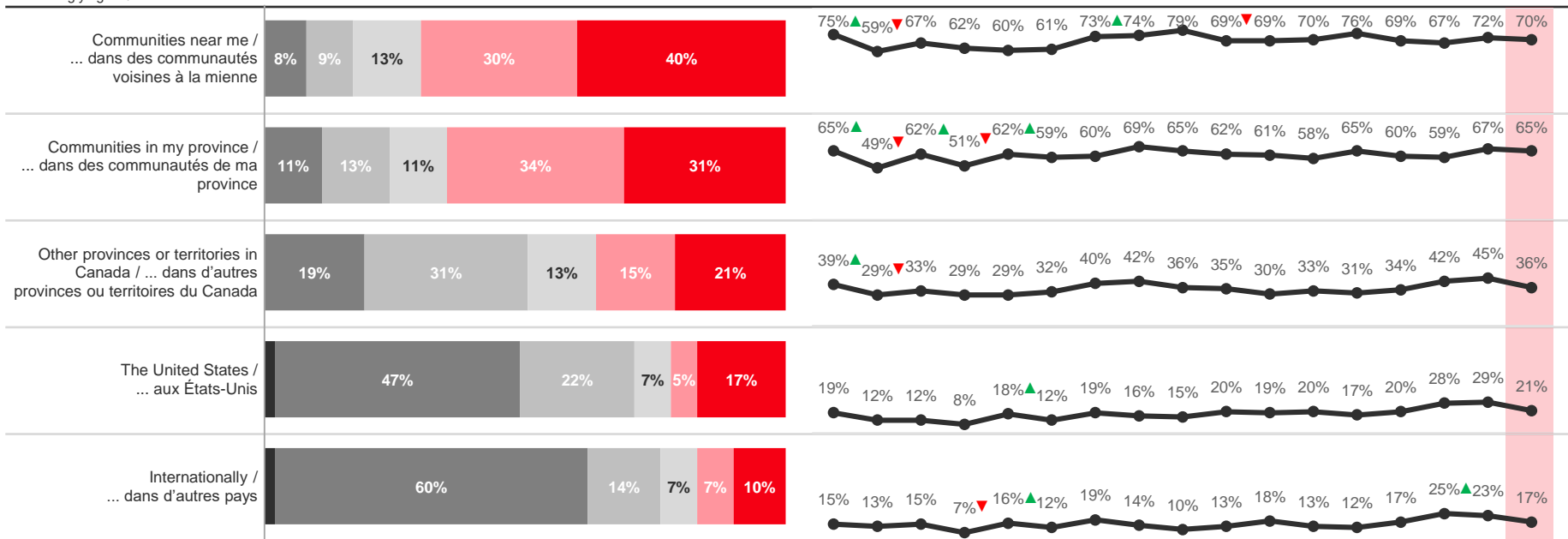
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jun 8 / 8 juin

Trending / Tendence

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



Base: Saskatchewan / Manitoba

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

Niveau de référence : Saskatchewan / Manitoba

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

Jan 26 26 janv. (n=200)	Feb 2 2 févr. (n=201)	Feb 9 9 févr. (n=201)	Feb 16 16 févr. (n=212)	Feb 23 23 févr. (n=201)	Mar 2 2 mars (n=200)	Mar 9 9 mars (n=200)	Mar 23 23 mars (n=200)	Apr 6 6 avril (n=200)	Apr 20 20 avril (n=200)	Apr 27 27 avril (n=201)	May 4 4 mai (n=200)	May 11 11 mai (n=201)	May 18 18 mai (n=200)	May 25 25 mai (n=206)	Jun 1 1 juin (n=205)	Jun 8 8 juin (n=202)
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	----------------------------

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

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

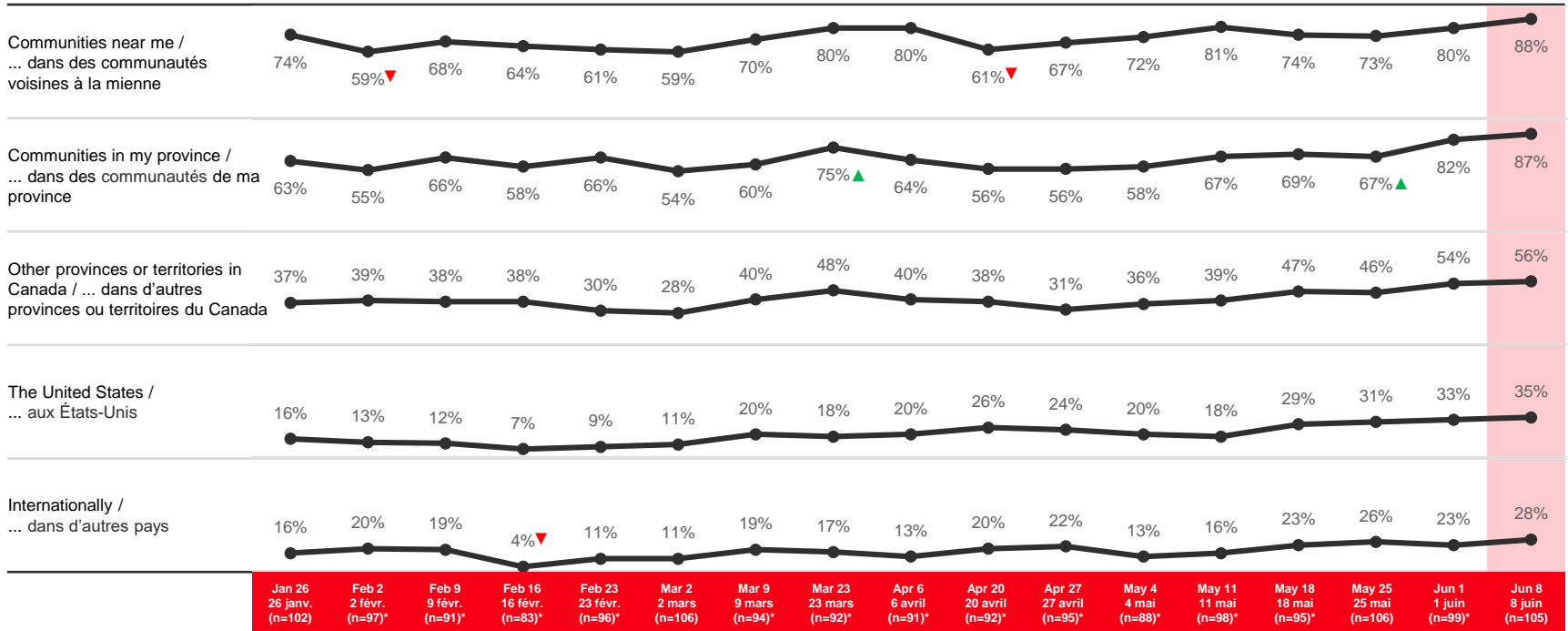


Saskatchewan

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%)

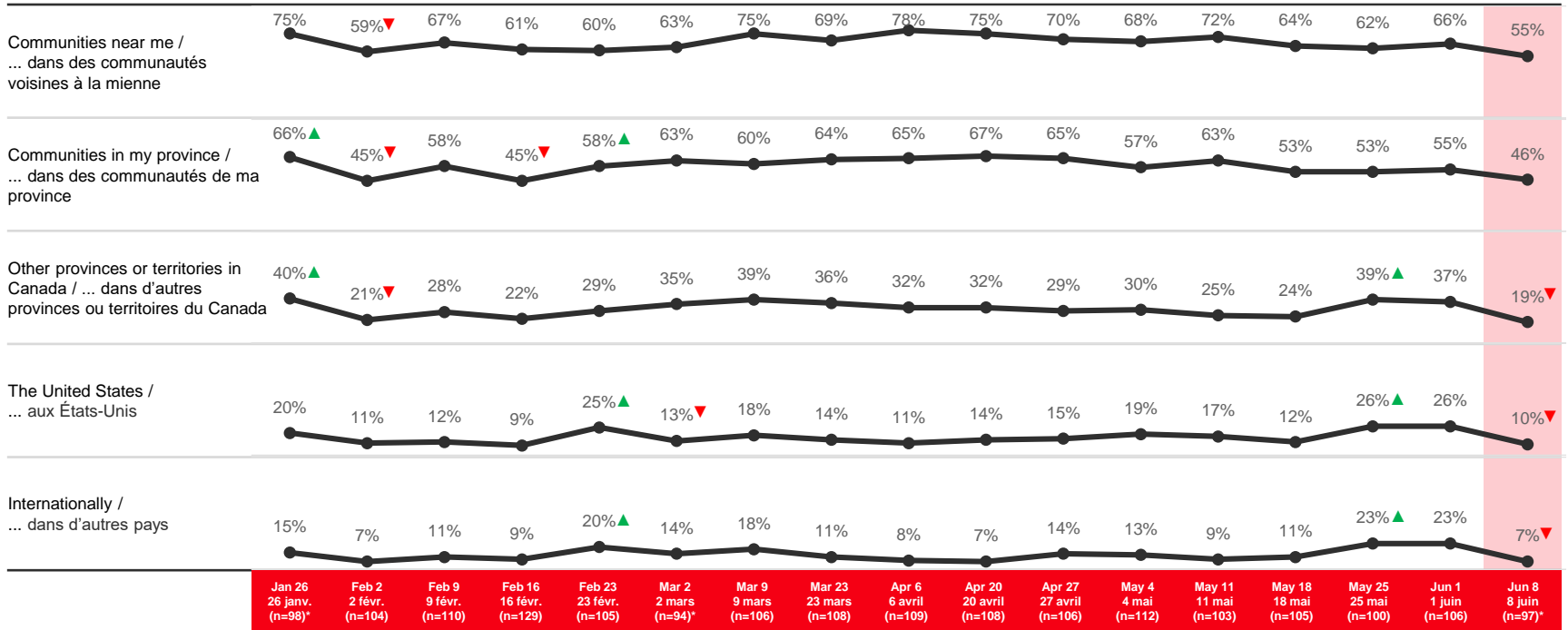
▼ indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine précédente (confiance à 95%)

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=90)*	Urban/Urbain (n=112)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	71%	70%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	61%	66%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	43%	35%
The United States / ... aux États-Unis	24%	21%
Internationally / ... dans d'autres pays	18%	16%

* 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

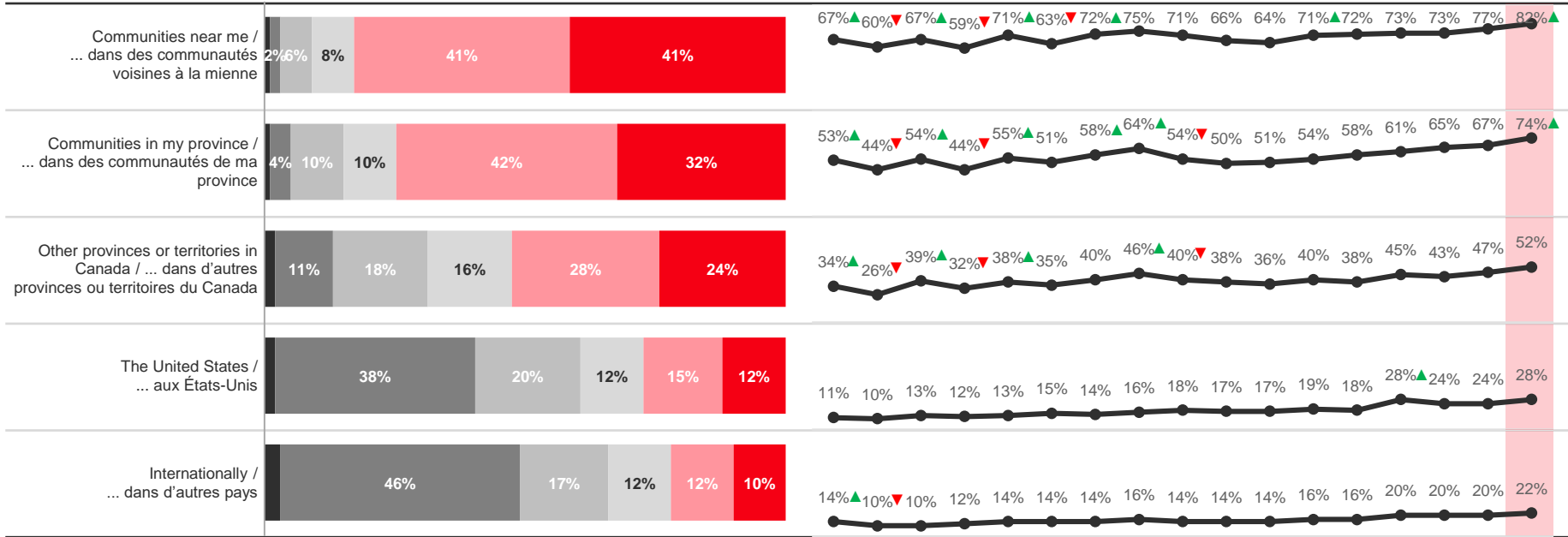
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jun 8 / 8 juin

Trending / Tendence

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



Jan 26 26 janv. (n=604)	Feb 2 2 févr. (n=613)	Feb 9 9 févr. (n=604)	Feb 16 16 févr. (n=607)	Feb 23 23 févr. (n=605)	Mar 2 2 mars (n=608)	Mar 9 9 mars (n=606)	Mar 23 23 mars (n=603)	Apr 6 6 avril (n=603)	Apr 20 20 avril (n=604)	Apr 27 27 avril (n=603)	May 4 4 mai (n=602)	May 11 11 mai (n=604)	May 18 18 mai (n=605)	May 25 25 mai (n=637)	Jun 1 1 juin (n=625)	Jun 8 8 juin (n=611)
-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------	----------------------------

▲ 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=73)*	Urban/Urbain (n=529)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	88%	82%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	71%	76%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	43%	54%
The United States / ... aux États-Unis	26%	29%
Internationally / ... dans d'autres pays	18%	23%

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

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

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

Base: Ontario

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

"I feel safe to travel to..."

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

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

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

Niveau de référence : Ontario

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

« Je me sens à l'aise de voyager... »

Quebec / Québec

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

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

Jun 8 / 8 juin

Trending / Tendence

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



Jan 26	Feb 2	Feb 9	Feb 16	Feb 23	Mar 2	Mar 9	Mar 23	Apr 6	Apr 20	Apr 27	May 4	May 11	May 18	May 25	Jun 1	Jun 8
26 jan. (n=405)	2 févr. (n=425)	9 févr. (n=418)	16 févr. (n=410)	23 févr. (n=408)	2 mars (n=406)	9 mars (n=413)	23 mars (n=403)	6 avril (n=408)	20 avril (n=409)	27 avril (n=431)	4 mai (n=408)	11 mai (n=415)	18 mai (n=406)	25 mai (n=427)	1 juin (n=426)	8 juin (n=413)

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

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

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



Quebec / Québec

Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=86)*	Urban/Urbain (n=322)
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	88%	81%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	81%	83%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	54%	56%
The United States / ... aux États-Unis	33%	29%
Internationally / ... dans d'autres pays	27%	25%

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

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

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

Base: 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

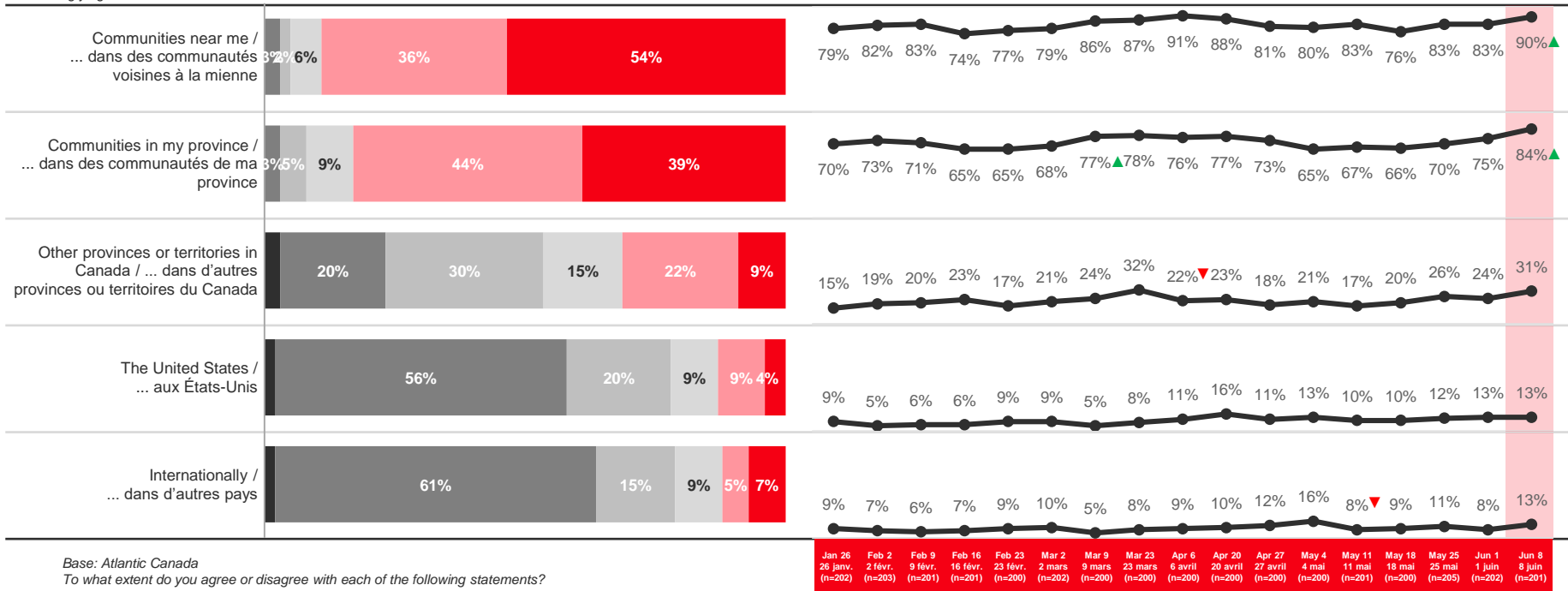
I feel safe to travel / Je me sens à l'aise de voyager

- 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

Jun 8 / 8 juin

Trending / Tendence

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



Base: Atlantic Canada

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

Niveau de référence : Canada atlantique

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

▲ 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=127)	Urban/Urbain (n=74)*
Communities near me / ... dans des communautés voisines à la mienne	89%	90%
Communities in my province / ... dans des communautés de ma province	80%	86%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	28%	33%
The United States / ... aux États-Unis	7%	18%
Internationally / ... dans d'autres pays	7%	16%

* 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=204)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=202)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+34	+48	+12	+19	+41	+47
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+19	+39	+12	+15	+37	+42
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-9	+26	-19	+6	+24	-9
From the United States / ... des États-Unis	-35	-8	-41	-26	-6	-44
From other countries / ... d'autres pays	-37	-11	-47	-33	-11	-51

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

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

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=204)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=202)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+34	+48	+12	+19	+41	+47
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	45%	55%	37%	40%	52%	59%
Neutral / Neutre	43%	38%	39%	38%	36%	28%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	11%	7%	24%	21%	11%	12%

 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=204)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=202)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	+19	+39	+12	+15	+37	+42
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	40%	52%	38%	38%	49%	54%
Neutral / Neutre	39%	36%	37%	38%	39%	33%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	21%	13%	26%	23%	12%	12%

 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=204)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=202)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-9	+26	-19	+6	+24	-9
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	30%	45%	25%	34%	41%	25%
Neutral / Neutre	32%	35%	31%	37%	41%	42%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	39%	20%	44%	29%	18%	34%

- 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=204)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=202)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-35	-8	-41	-26	-6	-44
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	22%	28%	21%	22%	30%	15%
Neutral / Neutre	21%	36%	17%	30%	34%	27%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	57%	36%	62%	48%	36%	59%

- 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=204)	AB/Alb. (n=209)	SK/MB Sask./Man. (n=202)	ON/Ont. (n=611)	QC/Qc (n=413)	ATL (n=201)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	-37	-11	-47	-33	-11	-51
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	21%	27%	15%	19%	28%	10%
Neutral / Neutre	22%	35%	23%	30%	33%	29%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	57%	38%	62%	51%	39%	61%

- 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 %)

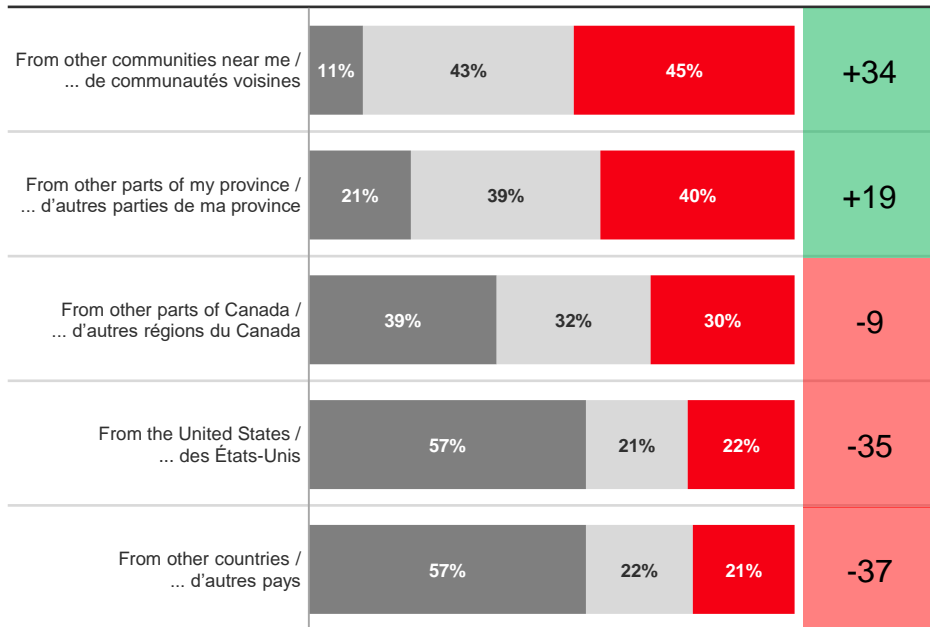
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

British Columbia / Colombie-Britannique

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

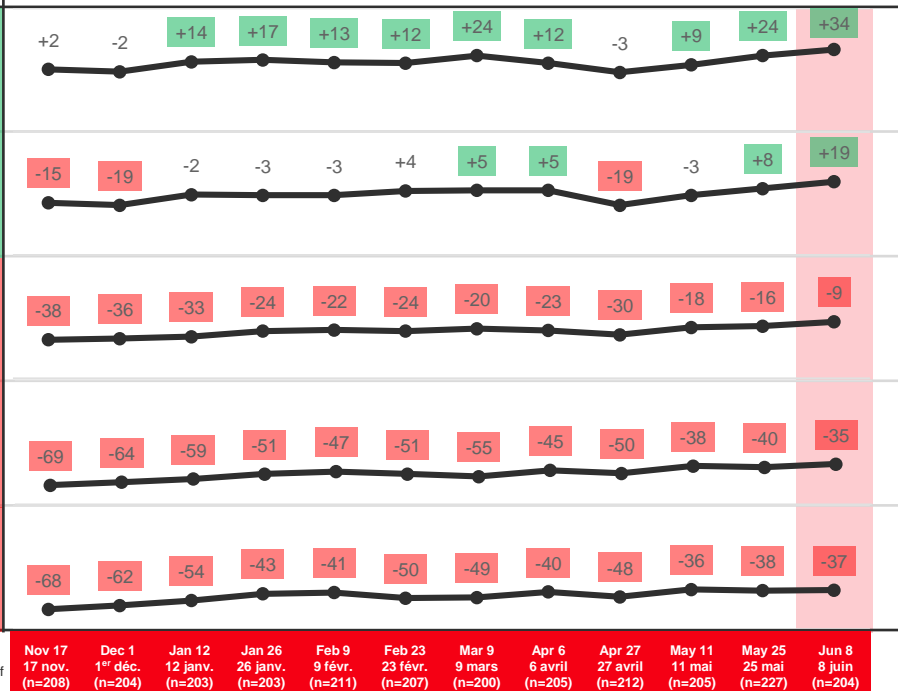
June 8 / 8 juin

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

British Columbia / Colombie-Britannique

Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=55)*	Urban/Urbain (n=147)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+40	+33
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+23	+19
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-5	-9
From the United States / ... des États-Unis	-43	-34
From other countries / ... d'autres pays	-51	-33

- 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 ».

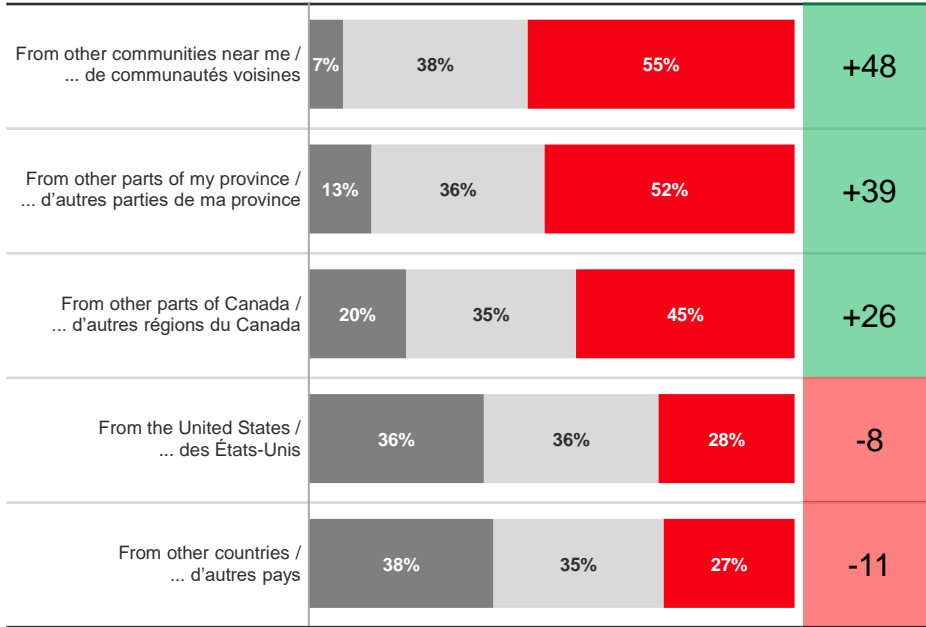
Niveau de référence : Colombie-Britannique

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)

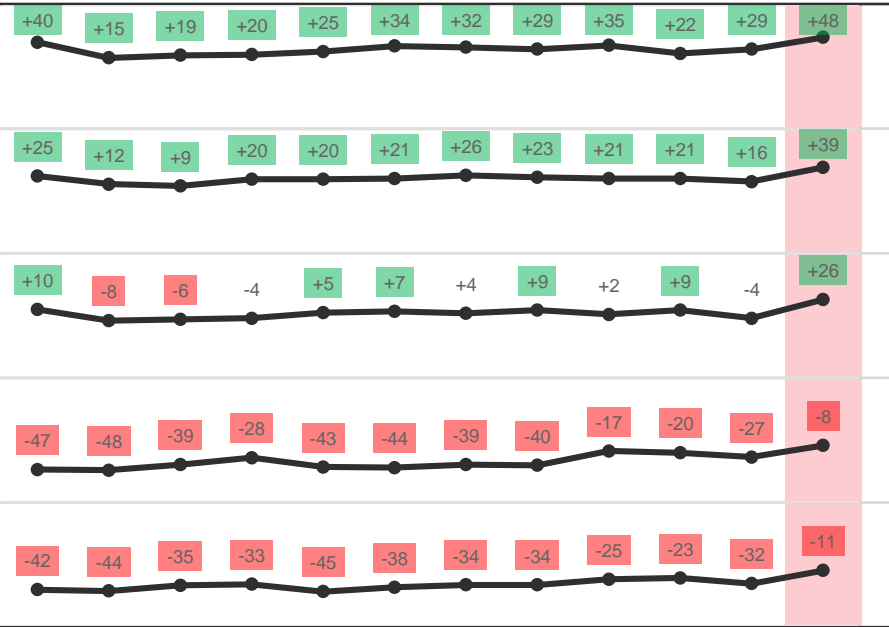
June 8 / 8 juin

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



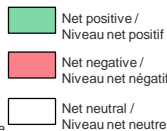
¹ Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Alberta

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?



Nov 17 17 nov. (n=200)	Dec 1 1 ^{er} déc. (n=204)	Jan 12 12 janv. (n=200)	Jan 26 26 janv. (n=201)	Feb 9 9 févr. (n=206)	Feb 23 23 févr. (n=204)	Mar 9 9 mars (n=207)	Apr 6 6 avril (n=206)	Apr 27 27 avril (n=201)	May 11 11 mai (n=203)	May 25 25 mai (n=222)	Jun 8 8 juin (n=209)
------------------------------	--	-------------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=75)*	Urban/Urbain (n=130)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+47	+49
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+35	+41
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+11	+32
From the United States / ... des États-Unis	-28	0
From other countries / ... d'autres pays	-29	-3

 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

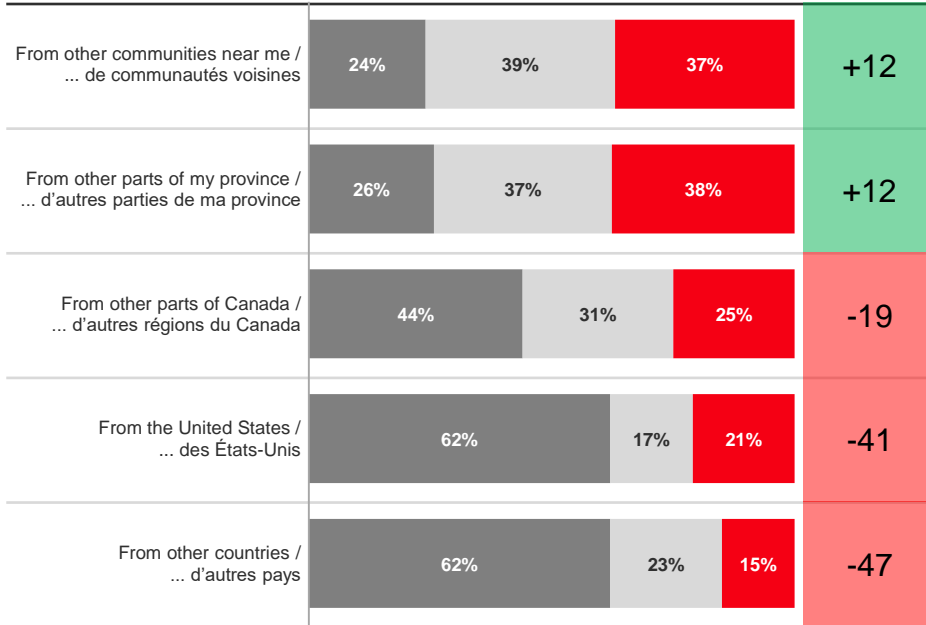
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire ?

Saskatchewan / Manitoba

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

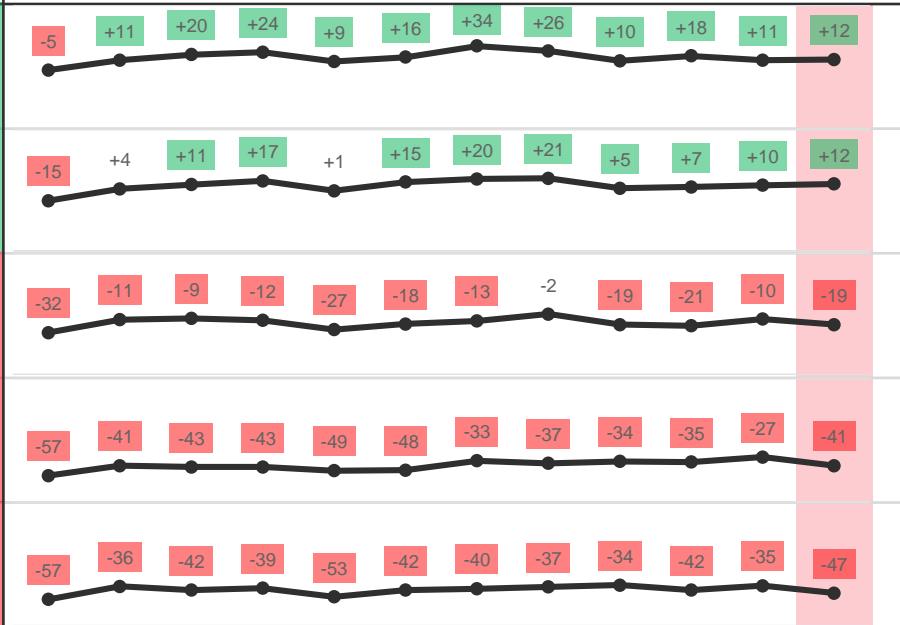
June 8 / 8 juin

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?

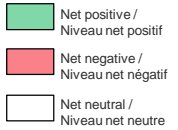
- Net positive / Niveau net positif
- Net negative / Niveau net négatif
- Net neutral / Niveau net neutre

Nov 17 17 nov. (n=201) Dec 1 1^{er} déc. (n=200) Jan 12 12 janv. (n=200) Jan 26 26 janv. (n=200) Feb 9 9 févr. (n=201) Feb 23 23 févr. (n=201) Mar 9 9 mars (n=200) Apr 6 6 avril (n=200) Apr 27 27 avril (n=201) May 11 11 mai (n=201) May 25 25 mai (n=206) Jun 8 8 juin (n=)

Saskatchewan

Trending / Tendence

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction¹



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



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



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



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



From other countries / ... d'autres pays



Sept 1 1 ^{er} sept. (n=89)*	Sept 15 15 sept. (n=92)*	Oct 6 6 oct. (n=89)*	Oct 20 20 oct. (n=94)*	Nov 3 3 nov. (n=78)*	Nov 17 17 nov. (n=77)*	Dec 1 1 ^{er} déc. (n=90)*	Jan 12 12 janv. (n=89)*	Jan 26 26 janv. (n=102)	Feb 9 9 févr. (n=91)*	Feb 23 23 févr. (n=96)*	Mar 9 9 mars (n=94)*	Apr 6 6 avril (n=91)*	Apr 27 27 avril (n=95)*	May 11 11 mai (n=98)*	May 25 25 mai (n=106)	Jun 8 8 juin (n=105)
--	--------------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------	------------------------------	--	-------------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------

* 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 ».

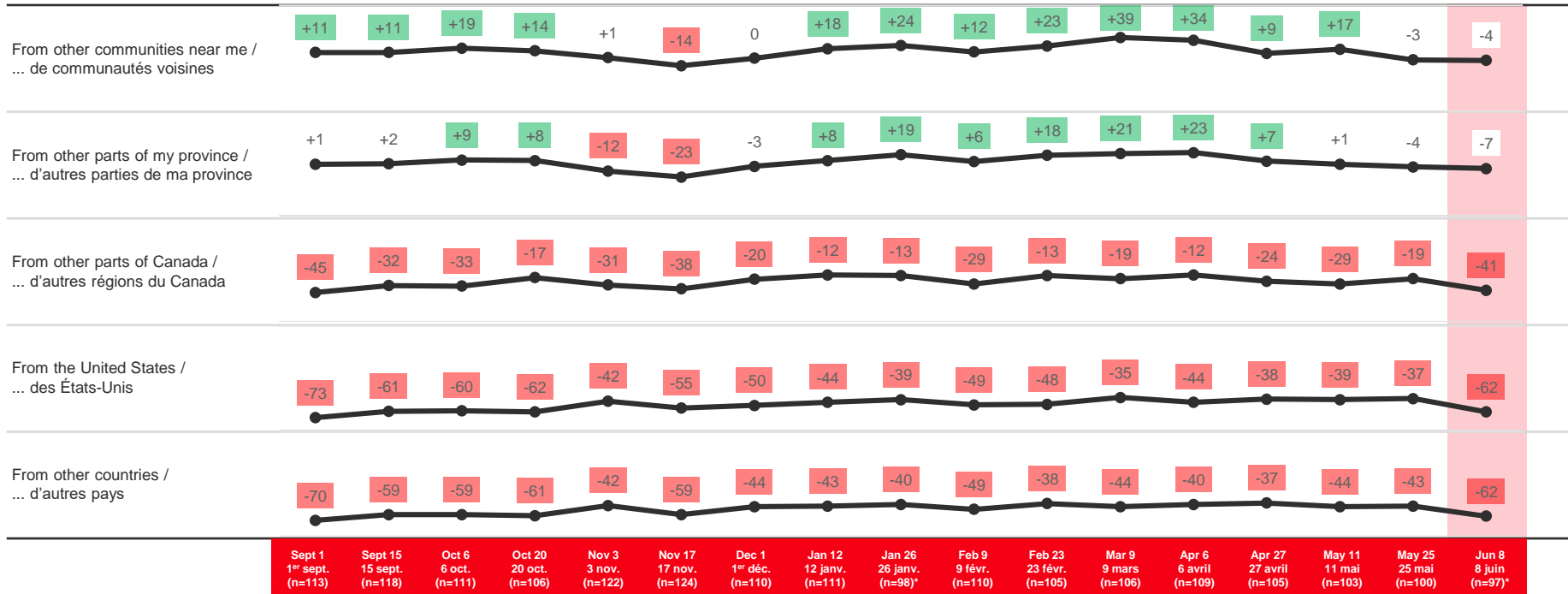
Niveau de référence : Saskatchewan

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=90)*	Urban/Urbain (n=112)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+7	+13
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+3	+13
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-14	-21
From the United States / ... des États-Unis	-43	-41
From other countries / ... d'autres pays	-37	-49



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

Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba

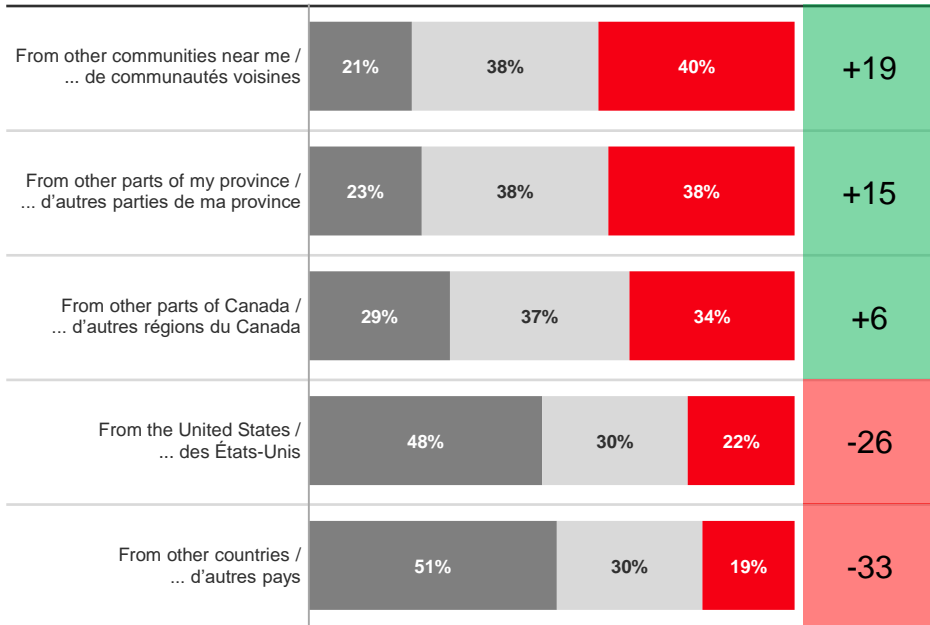
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

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

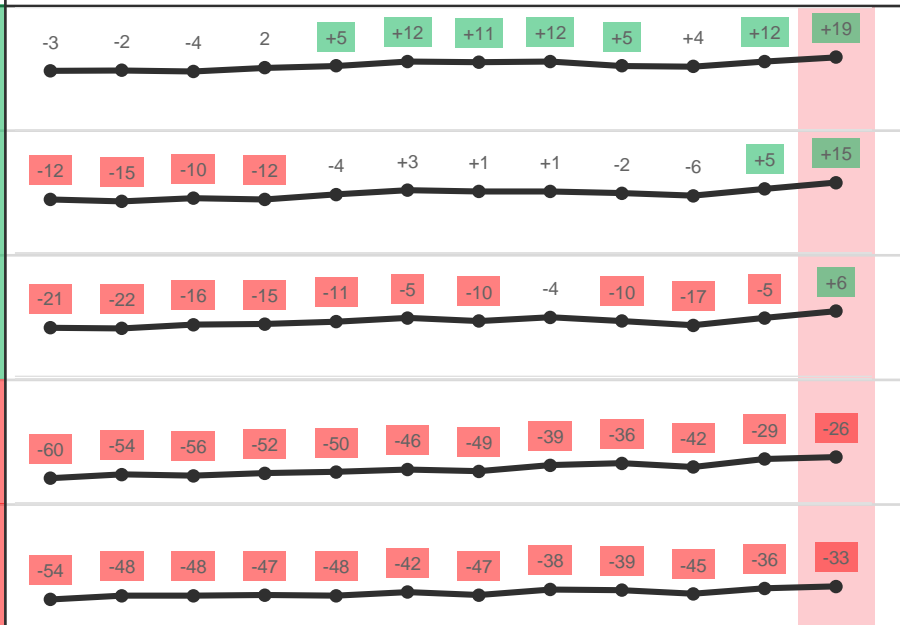
June 8 / 8 juin

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

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=73)*	Urban/Urbain (n=529)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+16	+21
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+3	+18
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-15	+9
From the United States / ... des États-Unis	-37	-23
From other countries / ... d'autres pays	-46	-31

 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

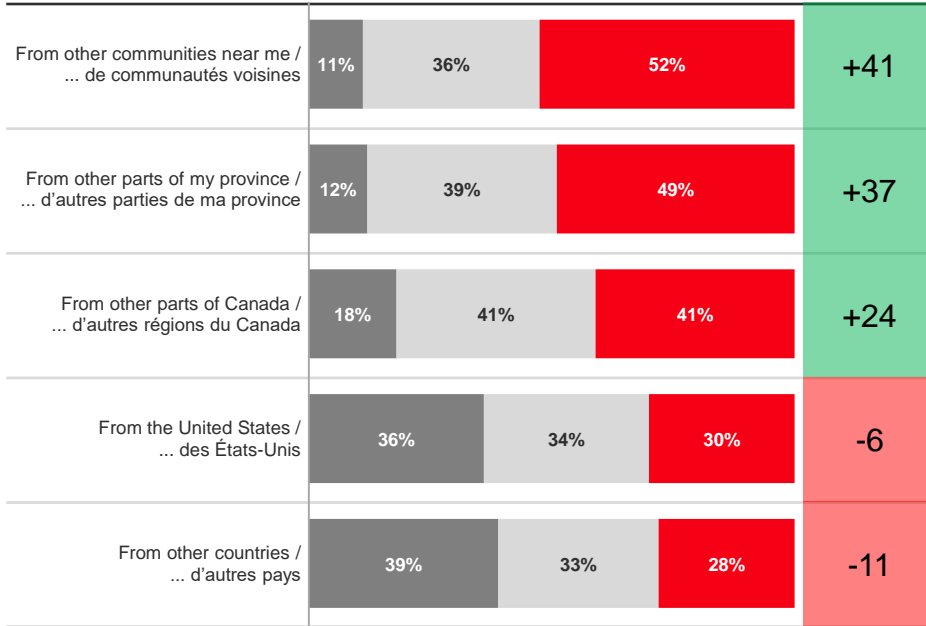
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Quebec / Québec

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

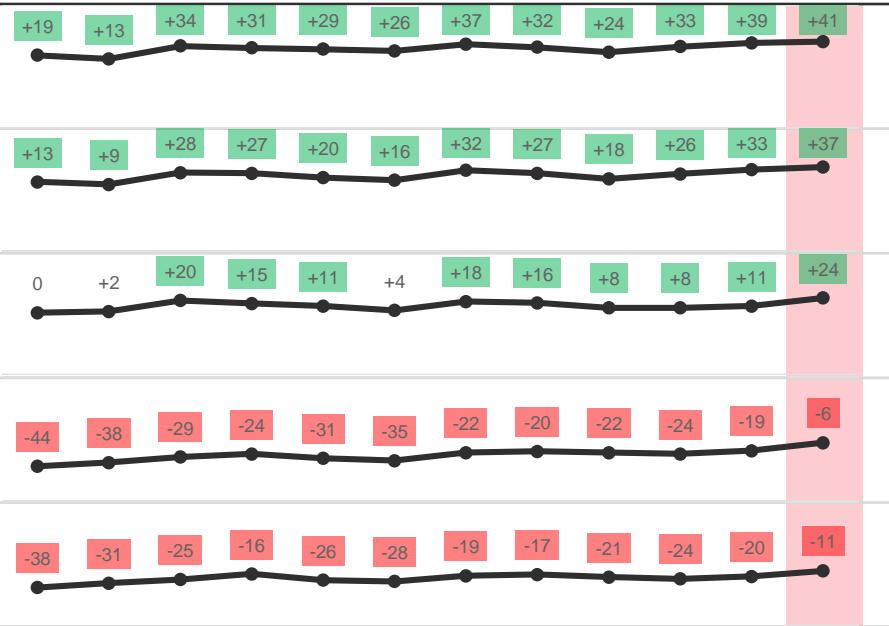
June 8 / 8 juin

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: 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

Nov 17 17 nov. (n=413) Dec 1 1^{er} déc. (n=401) Jan 12 12 janv. (n=404) Jan 26 26 janv. (n=405) Feb 9 9 févr. (n=418) Feb 23 23 févr. (n=408) Mar 9 9 mars (n=413) Apr 6 6 avril (n=408) Apr 27 27 avril (n=431) May 11 11 mai (n=415) May 25 25 mai (n=427) Jun 8 8 juin (n=413)

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=86)*	Urban/Urbain (n=322)
From other communities near me / ... de communautés voisines	+25	+45
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+23	+40
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+14	+27
From the United States / ... des États-Unis	-8	-6
From other countries / ... d'autres pays	-12	-12

 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

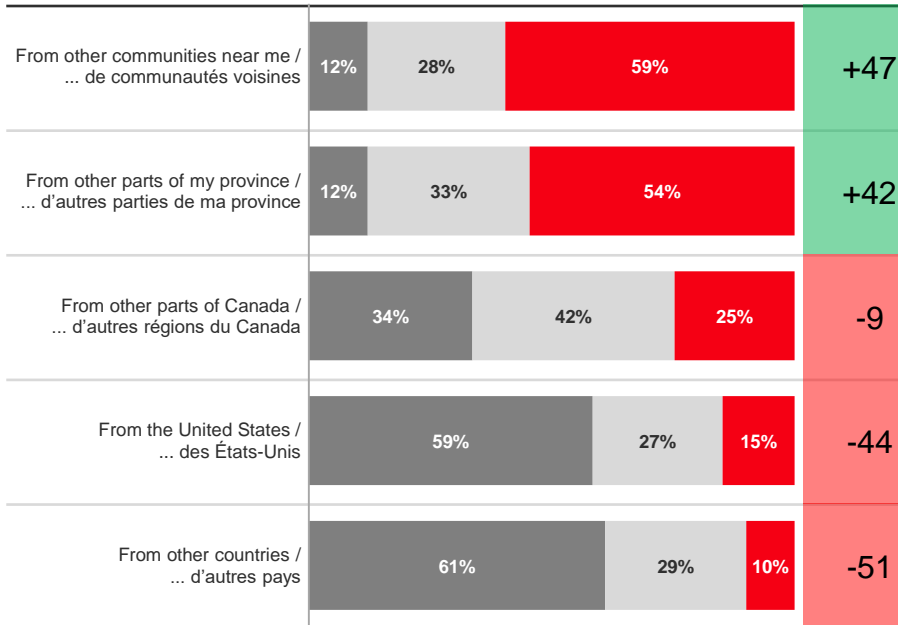
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre communauté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique

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

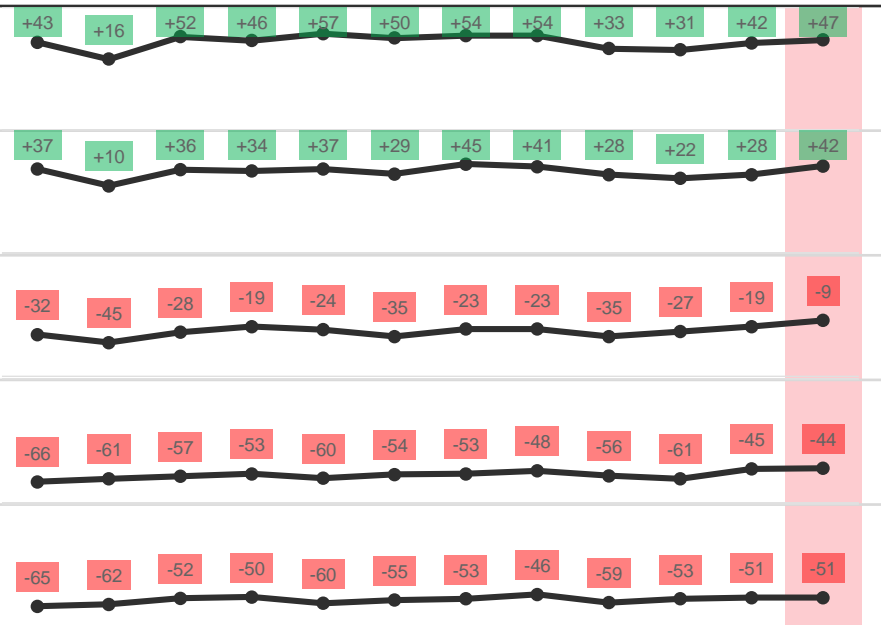
June 8 / 8 juin

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

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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction ¹	Rural/Rural (n=127)	Urban/Urbain (n=74)*
From other communities near me / ... de communautés voisines	+44	+47
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+35	+44
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-24	0
From the United States / ... des États-Unis	-60	-36
From other countries / ... d'autres pays	-68	-43

- 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?