Resident Sentiment / Opinion des résidents

2021-04-06

CANADA FOR GLOWING HEARTS

CANADA LE CŒUR GRAND OUVERT

Destination Canada provides permission to use this data.
Please source as: *"Destination Canada Weekly COVID-19 Resident Sentiment, 2021-03-23"*

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, 2021-03-23 »*

Canada

DESTINATION CANADA

Summary

	I Feel Safe to Travel		Receptivity of Advertising	
BC	-	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	▲▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards the US. However, receptivity has also decreased towards nearby communities, reverting to levels seen on February 23rd.
Alberta	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards other parts of the province and the US.	-	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 has remained stable.	▲▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards other parts of Canada, but decreased towards nearby communities. Notably, promoting to other parts of Canada has moved from negative to positive.
Manitoba	-	Compared to the previous week, feelings of safety towards all travel destinations has remained stable.	▼	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has decreased towards the US, reverting to levels seen on February 23rd.
Ontario	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards other parts of the province and other parts of Canada.	▲	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has increased towards the US and other international destinations.
Quebec	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards all domestic destinations.	-	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.
Atlantic Canada	▼	Compared to the previous week, feelings of safety have significantly decreased towards other parts of Canada. However, feelings of safety have been trending upwards towards nearby communities since the end of February.	-	Compared to the previous week tracked, receptivity of promoting their community as a destination has remained stable towards all regions.

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

▲ positive compared to previous week ▼ negative compared to previous week - no change compared to previous week

Résumé

	Je me sens à l'aise de voyager		Réaction à la publicité	
Colombie-Britannique	-	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	▲▼	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur collectivité ciblant les visiteurs des États-Unis. Toutefois, la réaction à la publicité ciblant les collectivités voisines est également à la baisse, revenant au niveau observé le 23 février.
Alberta	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres parties de la province et aux États-Unis.	-	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 collectivité demeure stable quel que soit le public ciblé.
Saskatchewan*	-	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	▲▼	Par rapport à la semaine précédente faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont plus ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur collectivité ciblant les visiteurs d'autres régions du Canada, mais le sont moins pour celle ciblant les visiteurs des collectivités voisines. Notamment, la réaction face à de la publicité s'adressant aux visiteurs d'autres régions du Canada n'est plus négative mais positive.
Manitoba	-	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité est demeuré stable en ce qui a trait aux voyages dans l'ensemble des destinations.	▼	Par rapport à la dernière semaine faisant l'objet d'un suivi, les résidents sont moins ouverts à l'idée de voir de la publicité sur leur collectivité ciblant les visiteurs des États-Unis, revenant au niveau observé le 23 février.
Ontario	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres parties de la province et d'autres régions du Canada.	▲	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 leur collectivité dirigée vers les visiteurs des États-Unis et d'autres pays.
Québec	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans l'ensemble des destinations du Canada.	-	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 collectivité demeure stable quel que soit le public ciblé.
Canada atlantique	▼	Par rapport à la semaine précédente, le sentiment de sécurité a grandement diminué pour ce qui est de voyager dans d'autres régions du Canada. Toutefois, le sentiment de sécurité est à la hausse pour ce qui est de voyager dans les collectivités voisines depuis la fin de février.	-	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 collectivité demeure stable quel que soit le public ciblé.

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

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

Methodology

Please note that starting March 9, 2021, the Resident Sentiment tracker will be available bi-weekly until the end of April. Destination Canada plans to resume weekly tracking in May 2021.

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?
• 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)	• 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

Veuillez prendre note qu'à partir du 9 mars 2021, le rapport sur l'opinion des résidents de Destination Canada sera publié toutes les deux semaines jusqu'à la fin du mois d'avril. Les publications hebdomadaires reprendront en mai 2021.

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

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

- Je me sens à l'aise de voyager dans des collectivités voisines à la mienne.
- Je me sens à l'aise de voyager dans des collectivités de ma province.
- Je me sens à l'aise de voyager dans d'autres provinces 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?	**Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?**
• 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	• Publicité dirigée vers les visiteurs de collectivités 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.

Veuillez 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=205)	AB/Alb. (n=206)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=603)	QC/Qc (n=408)	ATL (n=200)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	80%	76%	79%	71%	67%	91%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	61%	66%	65%	54%	58%	76%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	34%	54%	36%	40%	42%	22%
The United States / ... aux États-Unis	13%	20%	15%	18%	22%	11%
Internationally / ... dans d'autres pays	13%	19%	10%	14%	18%	9%

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…"

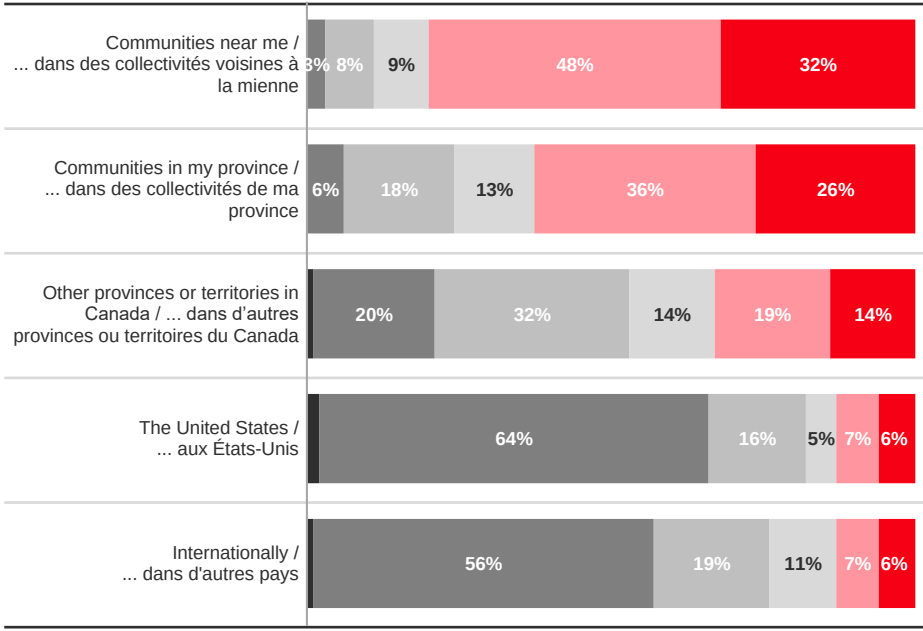
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec chacun des énoncés suivants?
« Je me sens à l'aise de voyager... »

British Columbia / Colombie-Britannique

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

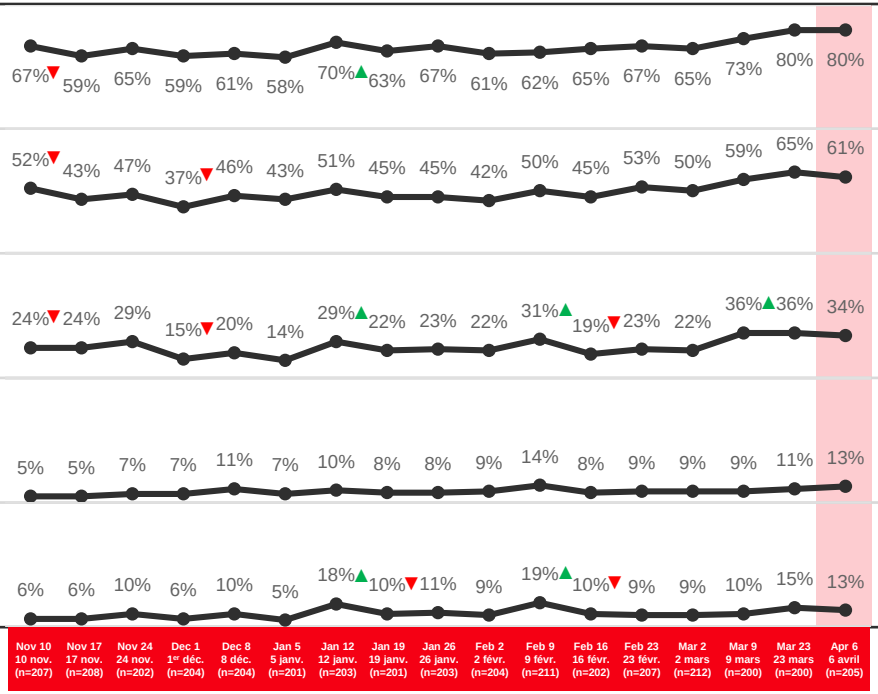
- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Apr 6 / 6 avril



Trending / Tendance

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



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

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

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

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

British Columbia / Colombie-Britannique
Urban vs Rural / Urbain vs rural

% Somewhat/Strongly Agree % Tout à fait d'accord/Plutôt d'accord	Rural/Rural (n=61)*	Urban/Urbain (n=141)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	82%	79%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	60%	62%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	36%	34%
The United States / ... aux États-Unis	8%	15%
Internationally / ... dans d'autres pays	10%	14%

** 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…"

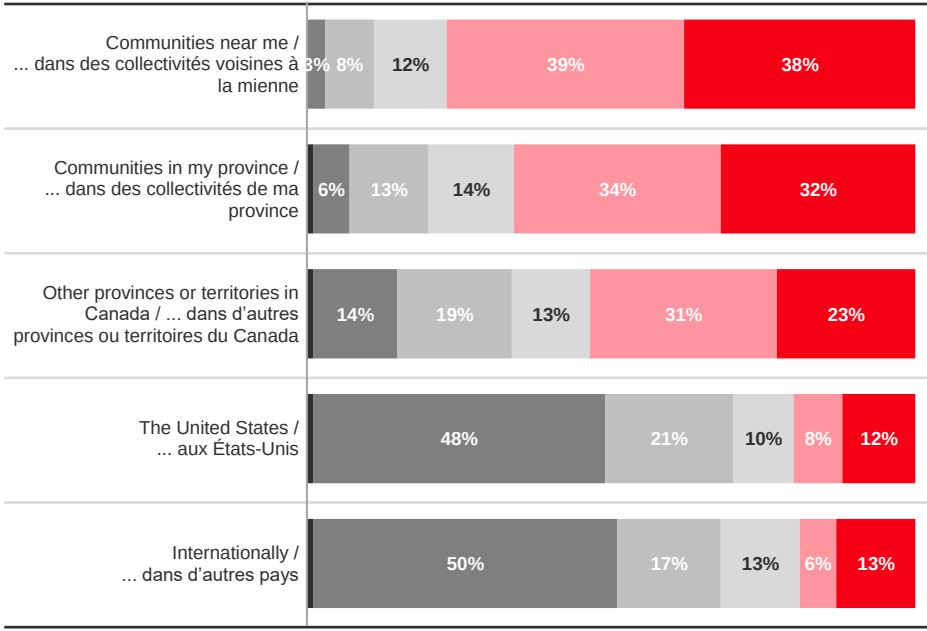
** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (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

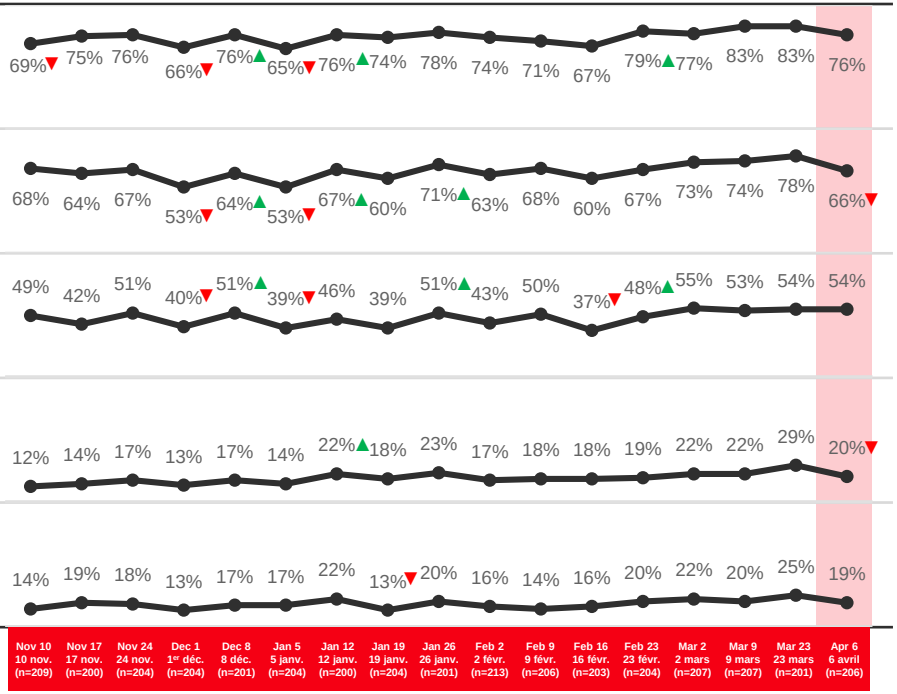
- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Apr 6 / 6 avril



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... »

▲ *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=91)*	Urban/Urbain (n=112)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	85%	73%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	78%	62%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	62%	50%
The United States / ... aux États-Unis	36%	15%
Internationally / ... dans d'autres pays	33%	14%

** 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…"

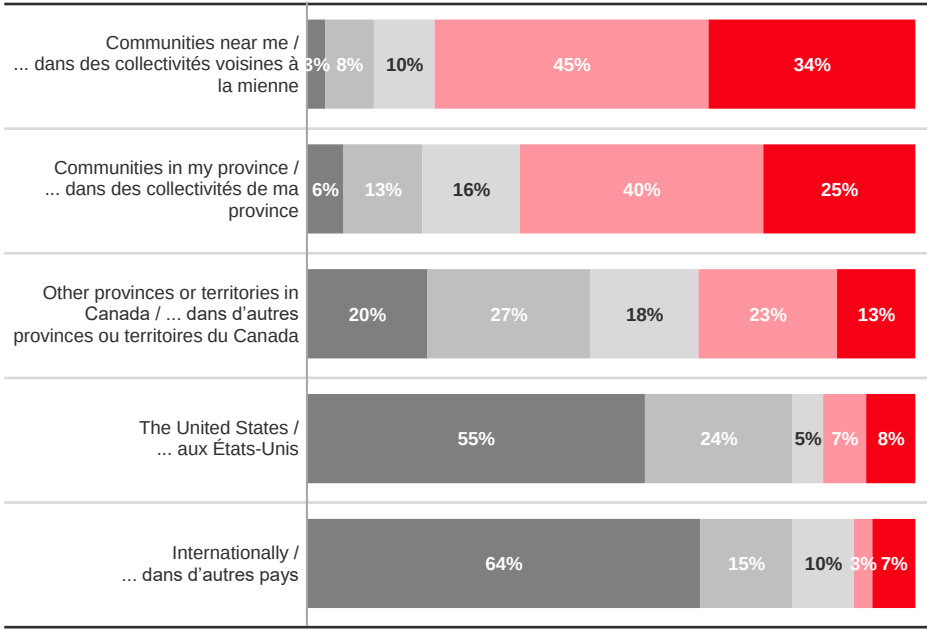
** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (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

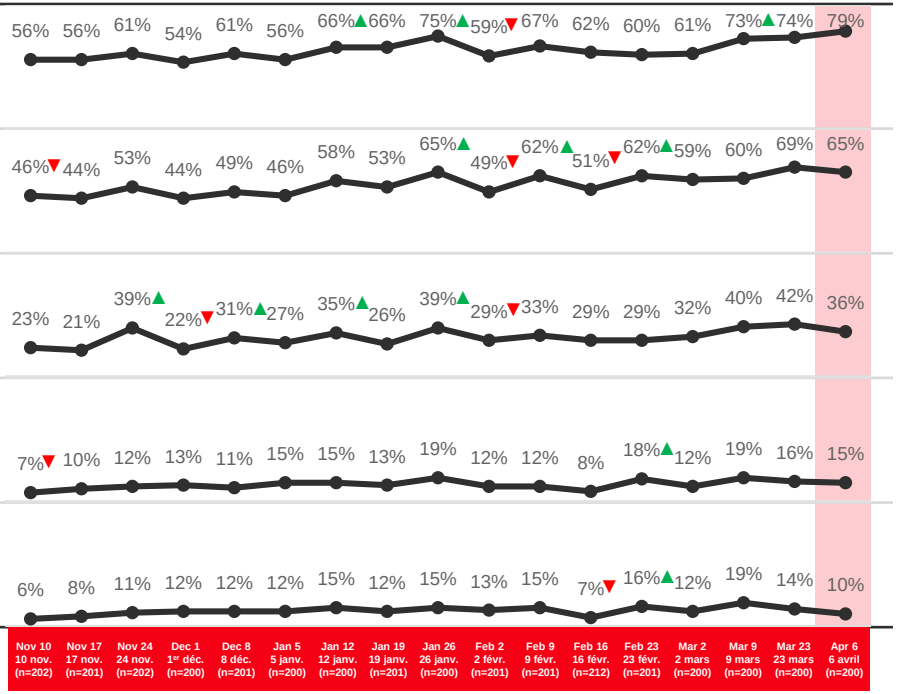
- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Apr 6 / 6 avril



Trending / Tendance

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



Base: Saskatchewan / Manitoba
To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to…"

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

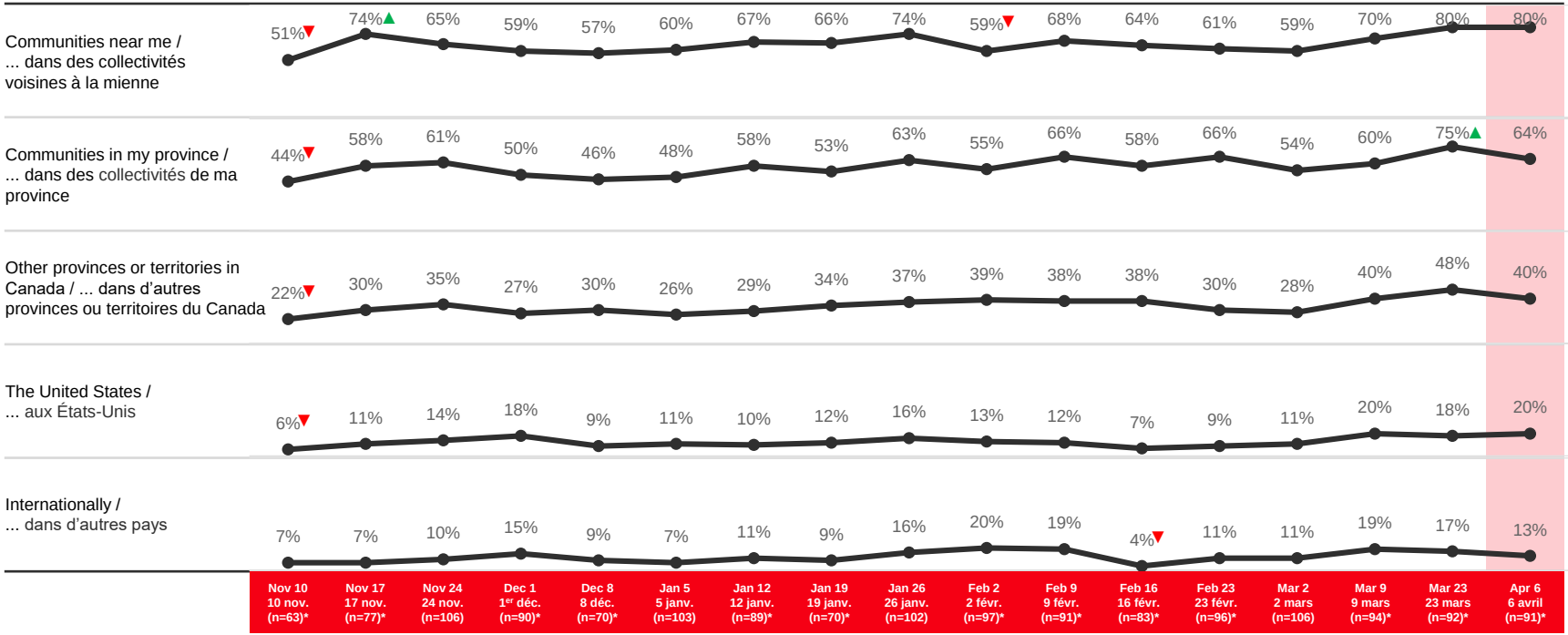
▲ *indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95 %)*
▼ *indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine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

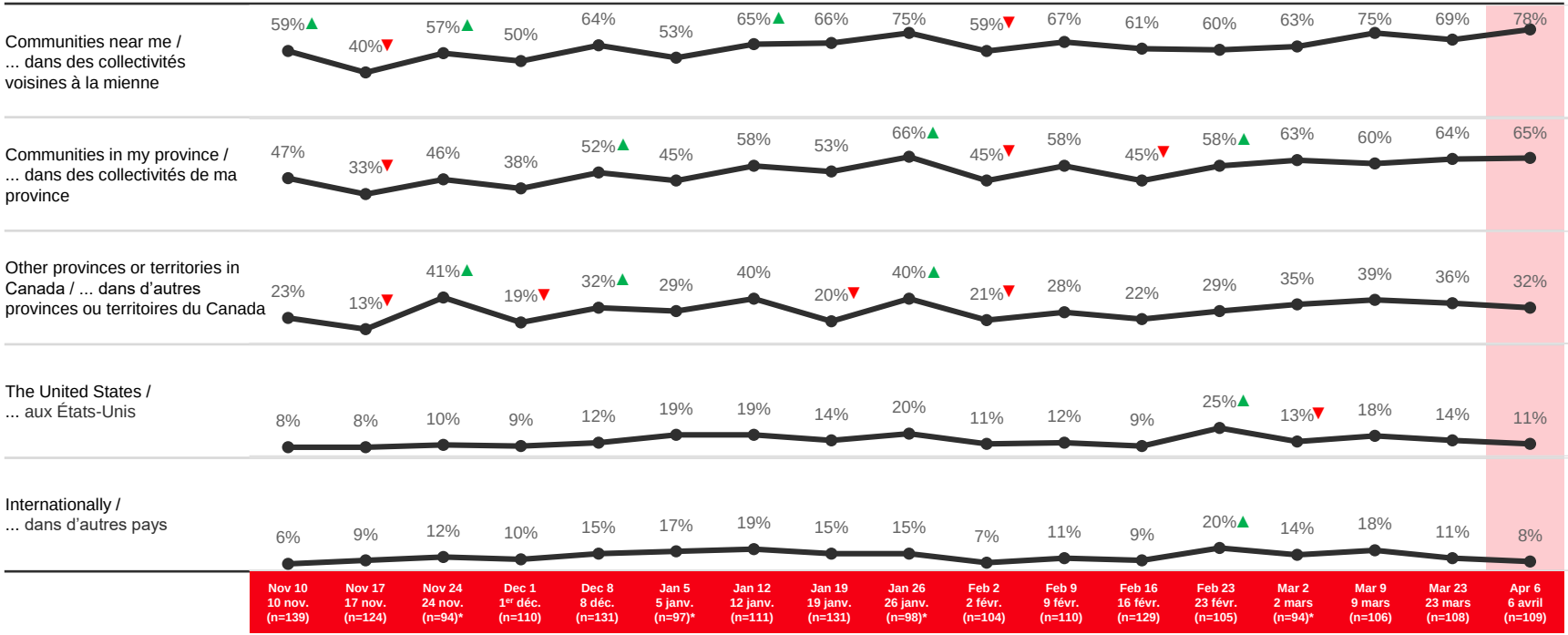
▲ *indicates significantly higher than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement plus élevé que la semaine précédente (confiance à 95 %)*
▼ *indicates significantly lower than previous week @ 95% confidence / indique un résultat considérablement moins élevé que la semaine 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=96)*	Urban/Urbain (n=103)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	79%	79%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	66%	64%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	39%	34%
The United States / ... aux États-Unis	25%	12%
Internationally / ... dans d'autres pays	22%	7%

** Small base size (<100), interpret with caution.*
Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
Base: Saskatchewan / Manitoba
To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to…"

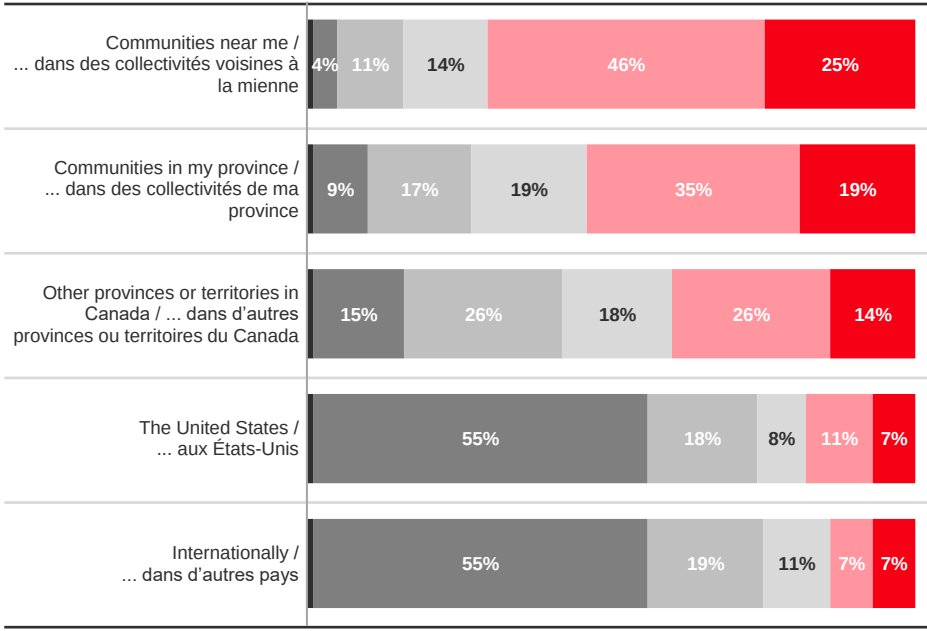
** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (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

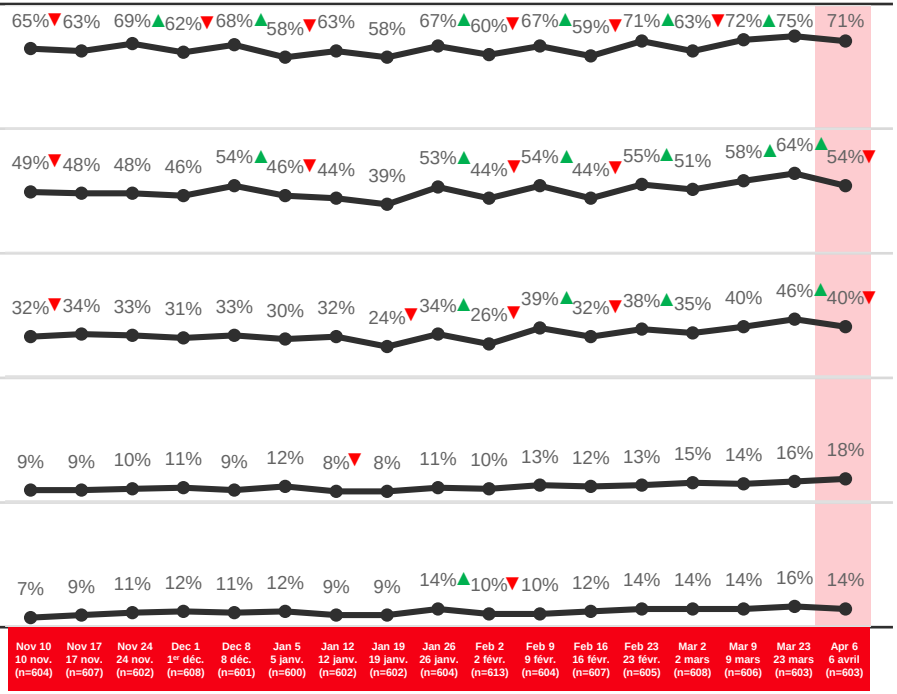
- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Apr 6 / 6 avril



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... »

▲ *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=78)*	Urban/Urbain (n=523)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	88%	68%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	65%	53%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	48%	39%
The United States / ... aux États-Unis	23%	17%
Internationally / ... dans d'autres pays	21%	13%

** 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…"

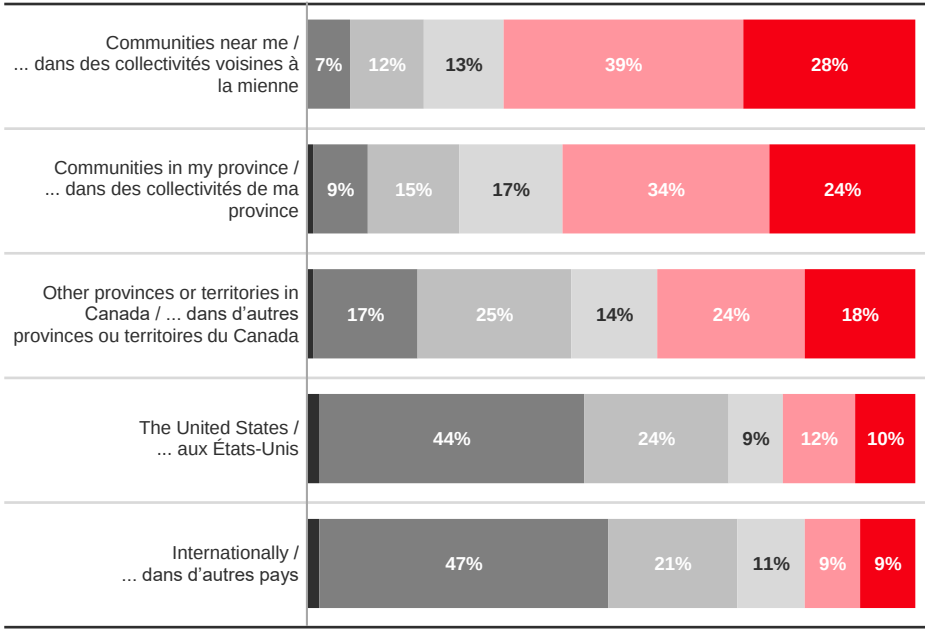
** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (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

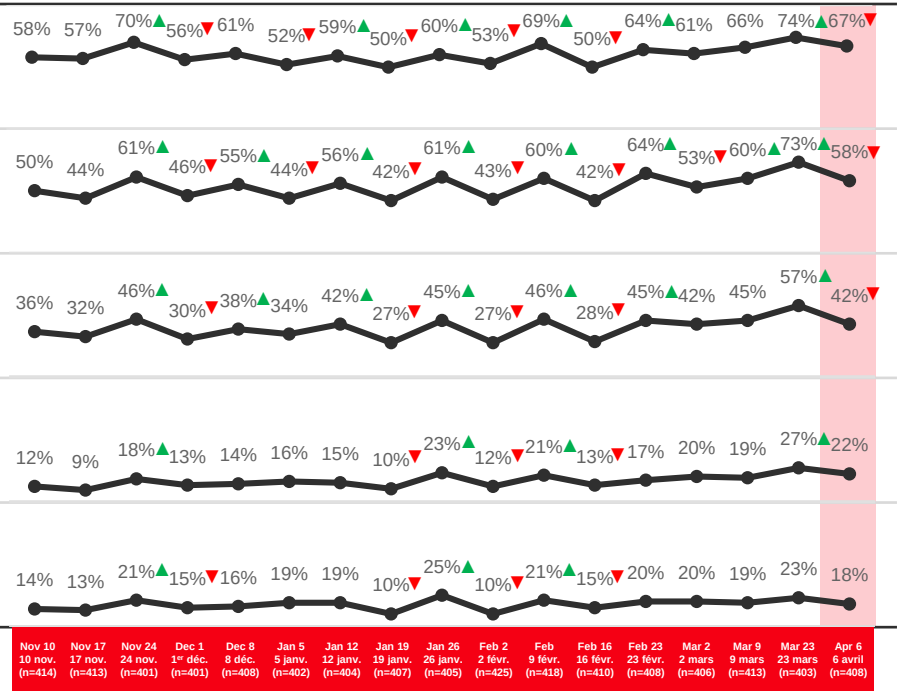
- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Apr 6 / 6 avril



Trending / Tendance

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



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

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

▲ *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=82)*	Urban/Urbain (n=321)
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	66%	68%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	67%	56%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	49%	41%
The United States / ... aux États-Unis	31%	20%
Internationally / ... dans d'autres pays	26%	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: Quebec
To what extent do you agree or disagree with each of the following statements?
"I feel safe to travel to…"

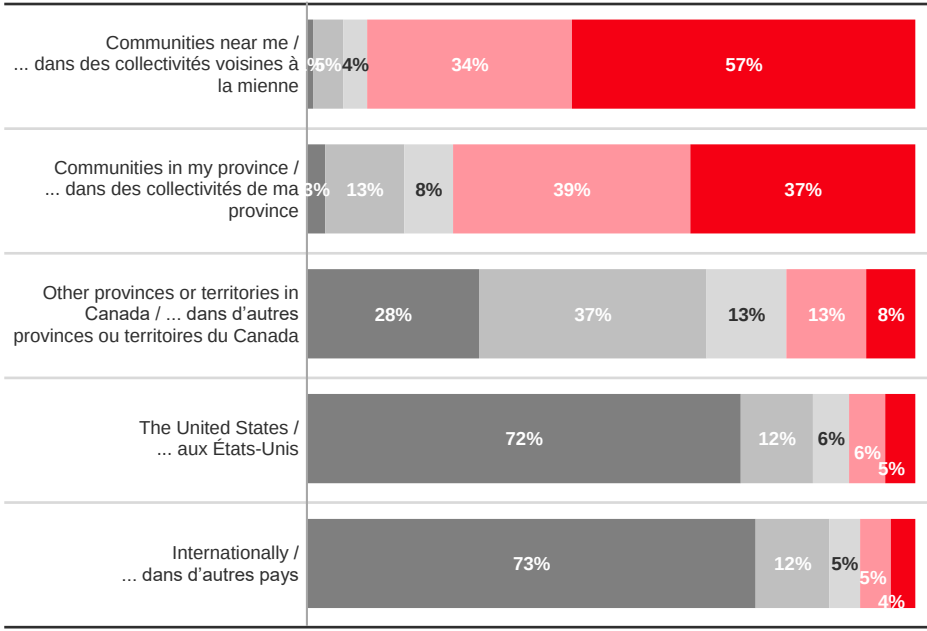
** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (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

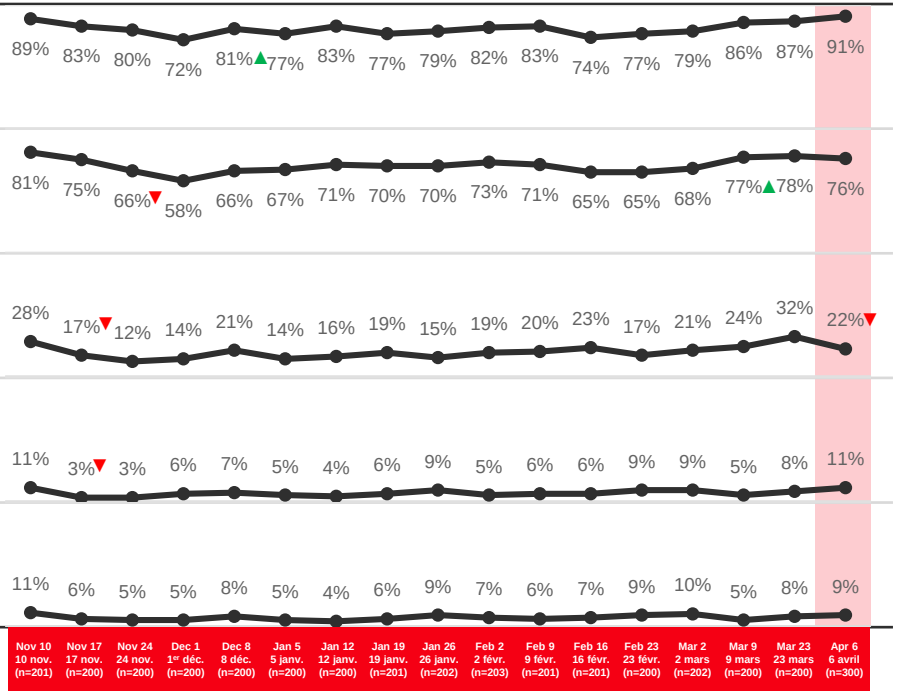
- Don't know / Je ne sais pas
- Strongly disagree / Pas du tout d'accord
- Somewhat disagree / Plutôt en désaccord
- Neither agree nor disagree / Ni d'accord ni en désaccord
- Somewhat agree / Plutôt d'accord
- Strongly agree / Tout à fait d'accord

Apr 6 / 6 avril



Trending / Tendance

% 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=119)	Urban/Urbain (n=80)*
Communities near me / ... dans des collectivités voisines à la mienne	96%	88%
Communities in my province / ... dans des collectivités de ma province	84%	71%
Other provinces or territories in Canada / ... dans d'autres provinces ou territoires du Canada	22%	21%
The United States / ... aux États-Unis	9%	13%
Internationally / ... dans d'autres pays	9%	9%

** Small base size (<100), interpret with caution.*
Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
Base: 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=205)	AB/Alb. (n=206)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=603)	QC/Qc (n=408)	ATL (n=200)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+12	+29	+26	+12	+32	+54
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+5	+23	+21	+1	+27	+41
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-23	+9	-2	-4	+16	-23
From the United States / ... des États-Unis	-45	-40	-37	-39	-20	-48
From other countries / ... d'autres pays	-40	-34	-37	-38	-17	-46

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

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

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

Comparison by Region / Comparaison par région

From other communities near me / ... de collectivités voisines	BC/C.-B. (n=205)	AB/Alb. (n=206)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=603)	QC/Qc (n=408)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	+12	+29	+26	+12	+32	+54
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	36%	43%	44%	35%	47%	63%
Neutral / Neutre	41%	43%	38%	42%	39%	27%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	23%	14%	18%	23%	15%	9%

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

[1] *Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy*
Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

[1] *Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	BC/C.-B. (n=205)	AB/Alb. (n=206)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=603)	QC/Qc (n=408)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	+5	+23	+21	+1	+27	+41
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	34%	40%	40%	31%	44%	54%
Neutral / Neutre	37%	43%	41%	39%	40%	32%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	29%	17%	19%	30%	17%	14%

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

[1] *Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy*
Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

[1] *Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	BC/C.-B. (n=205)	AB/Alb. (n=206)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=603)	QC/Qc (n=408)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	-23	+9	-2	-4	+16	-23
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	24%	37%	33%	30%	39%	24%
Neutral / Neutre	30%	34%	32%	35%	37%	29%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	47%	28%	35%	35%	23%	47%

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

[1] Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

[1] Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From the United States / ... des États-Unis	BC/C.-B. (n=205)	AB/Alb. (n=206)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=603)	QC/Qc (n=408)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	-45	-40	-37	-39	-20	-48
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	16%	19%	18%	16%	22%	18%
Neutral / Neutre	22%	23%	26%	29%	37%	16%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	62%	58%	55%	55%	42%	66%

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

[1] *Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy*
Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

[1] *Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Comparison by Region / Comparaison par région

From other countries / ... d'autres pays	BC/C.-B. (n=205)	AB/Alb. (n=206)	SK/MB Sask./Man. (n=200)	ON/Ont. (n=603)	QC/Qc (n=408)	ATL (n=200)
Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	-40	-34	-37	-38	-17	-46
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)	18%	19%	18%	17%	23%	17%
Neutral / Neutre	24%	27%	28%	29%	36%	20%
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)	58%	54%	54%	54%	41%	63%

Net positive / Niveau net positif

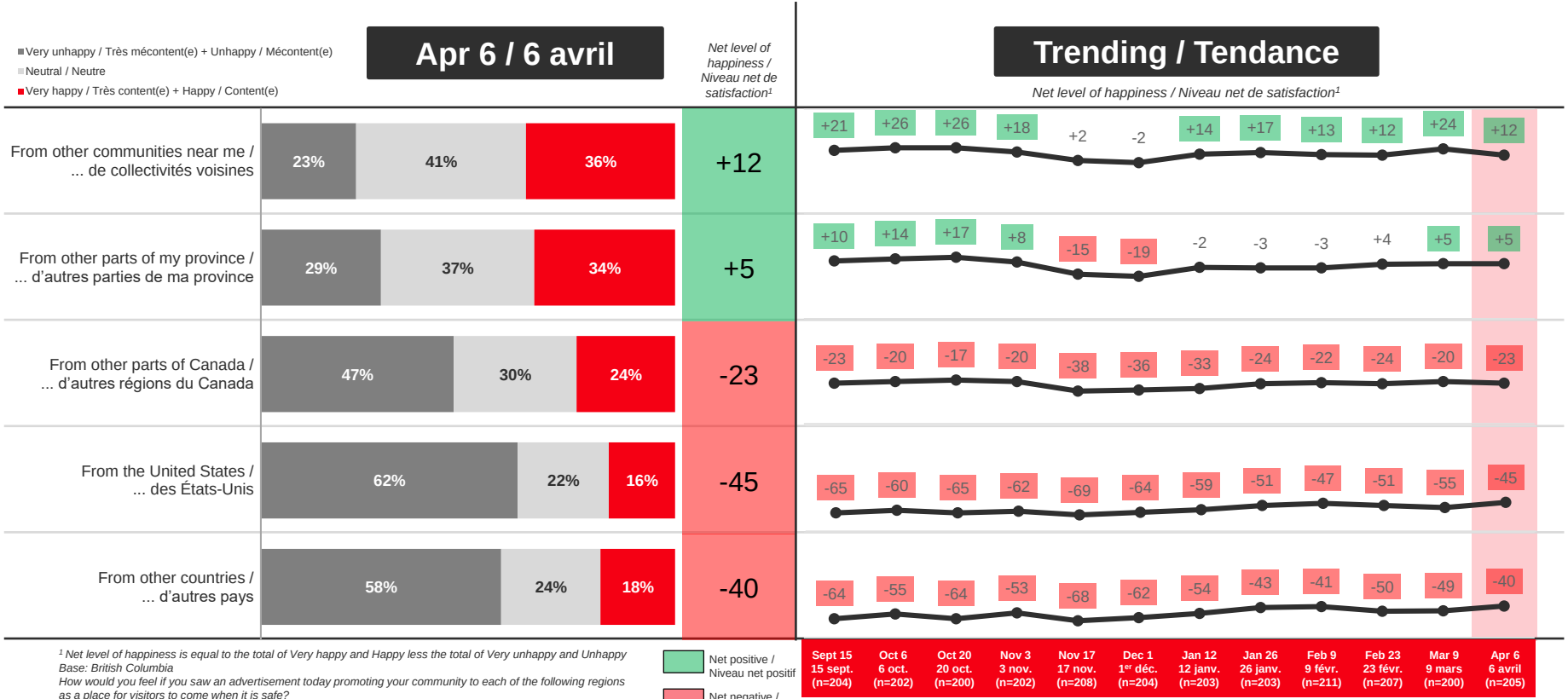
Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

[1] *Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy*
Green text indicates significantly higher than at least one other region @ 95% confidence
Red text indicates significantly lower than at least one other region @ 95% confidence
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

[1] *Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».*
Le vert indique un résultat considérablement plus élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Le rouge indique un résultat considérablement moins élevé qu'au moins une autre région (confiance à 95 %)
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

British Columbia / Colombie-Britannique



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

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

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=141)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+15	+12
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	-3	+7
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-38	-21
From the United States / ... des États-Unis	-63	-43
From other countries / ... d'autres pays	-55	-37

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

** Small base size (<100), interpret with caution.*
[1] Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: British Columbia
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
[1] Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
Niveau de référence : Colombie-Britannique
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Alberta

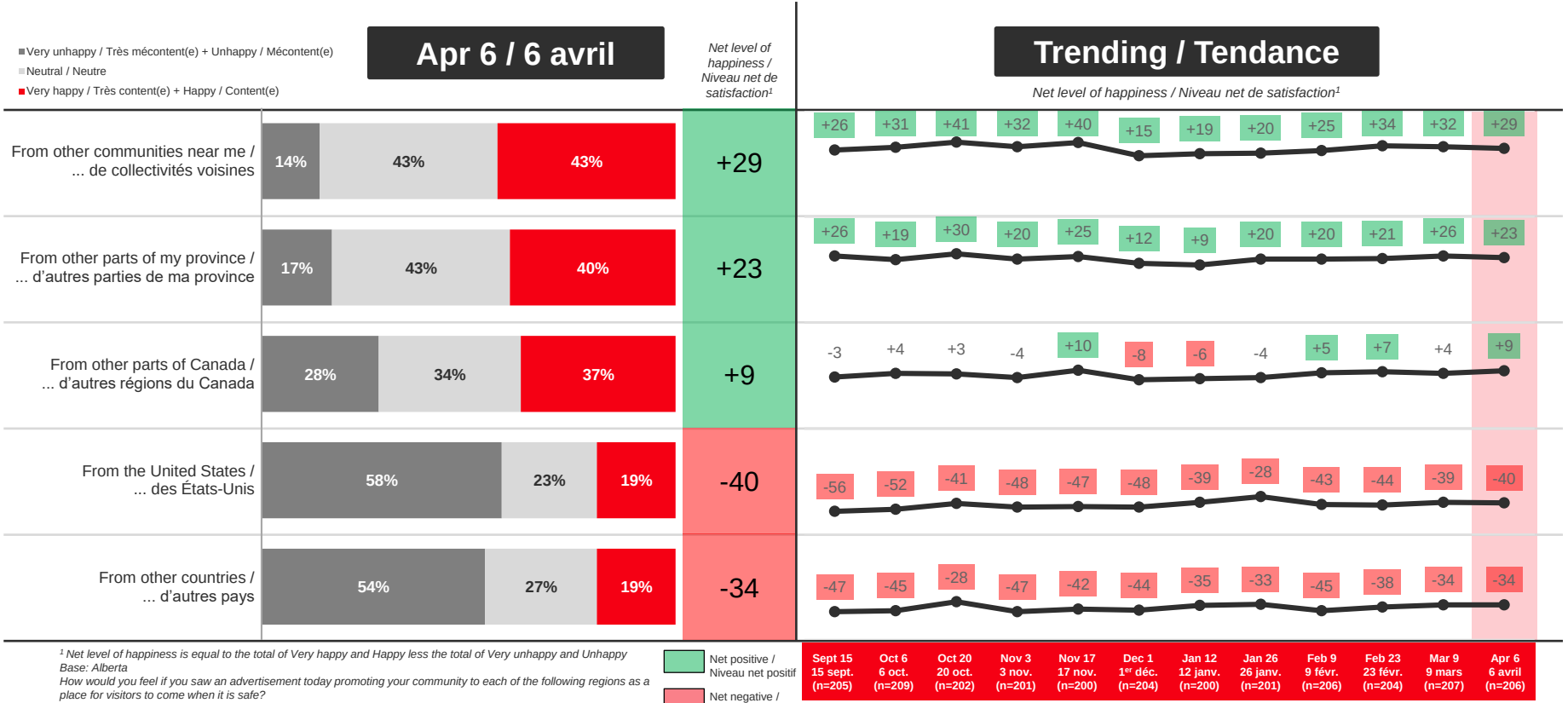
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
Neutral / Neutre
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

Apr 6 / 6 avril

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]

Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]



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*
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 commuanuté comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Alberta – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	Rural/Rural (n=91)*	Urban/Urbain (n=112)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+46	+22
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+30	+22
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+15	+7
From the United States / ... des États-Unis	-25	-44
From other countries / ... d'autres pays	-16	-40

Net positive / Niveau net positif

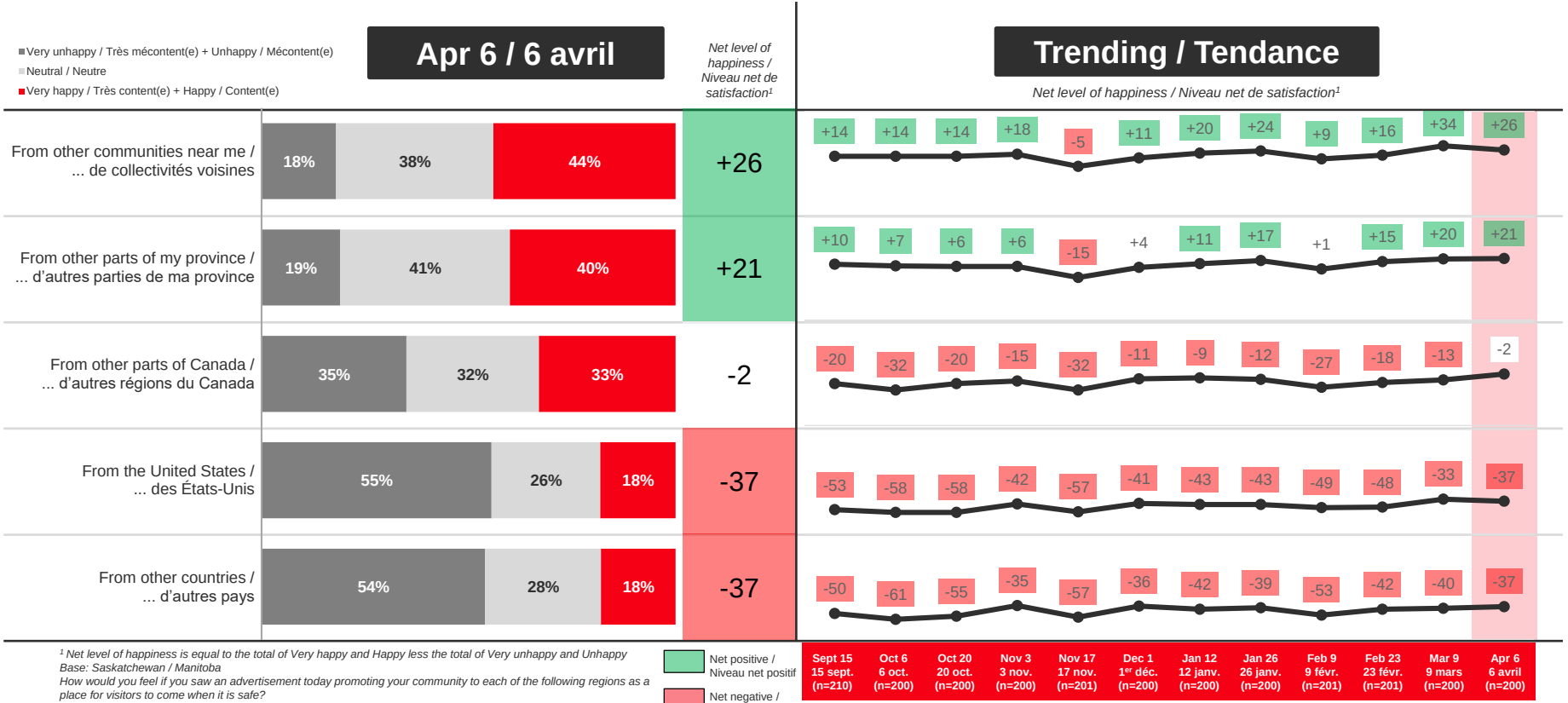
Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

** Small base size (<100), interpret with caution.*
[1] Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Alberta
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
[1] Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
Niveau de référence : Alberta
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Saskatchewan / Manitoba



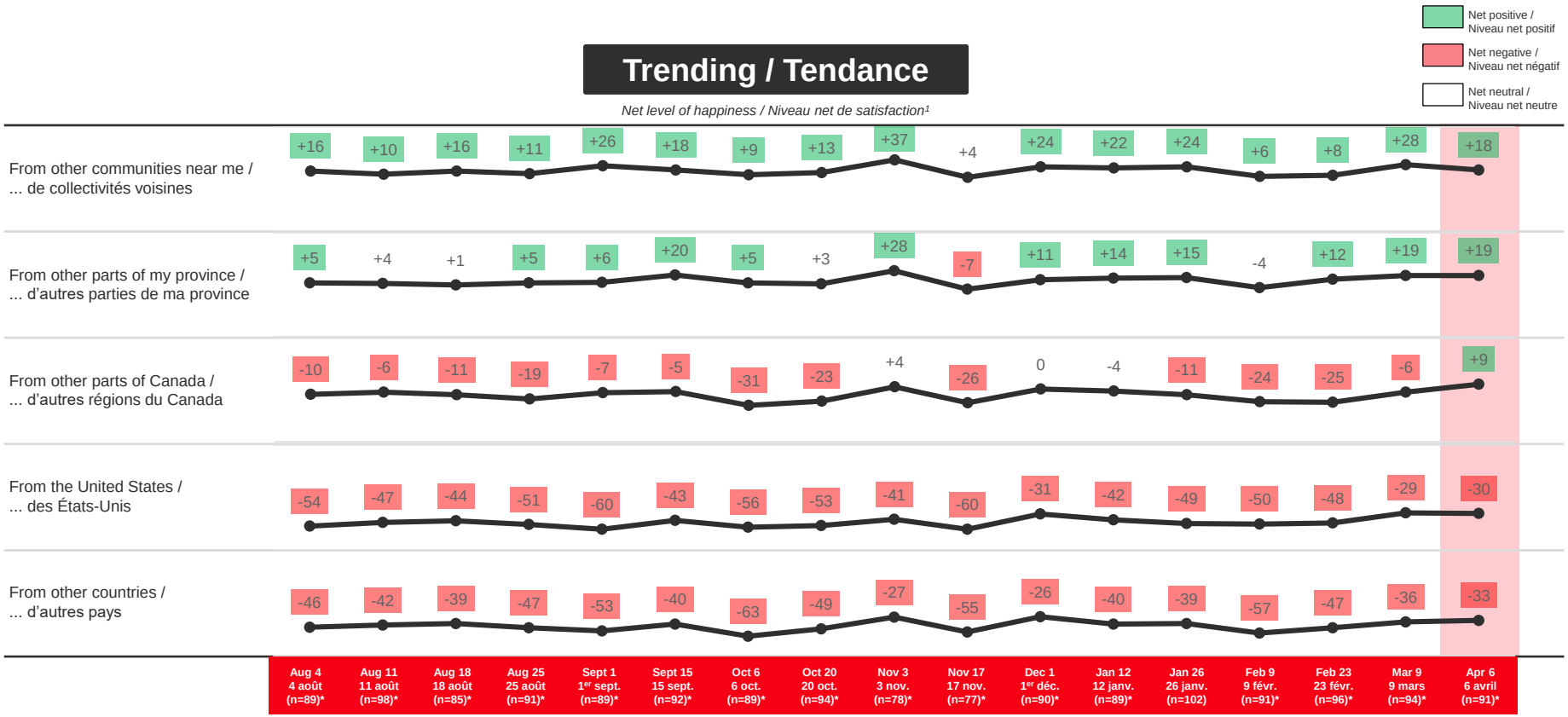
[1] *Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy*
Base: Saskatchewan / Manitoba
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is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

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

Saskatchewan

Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]



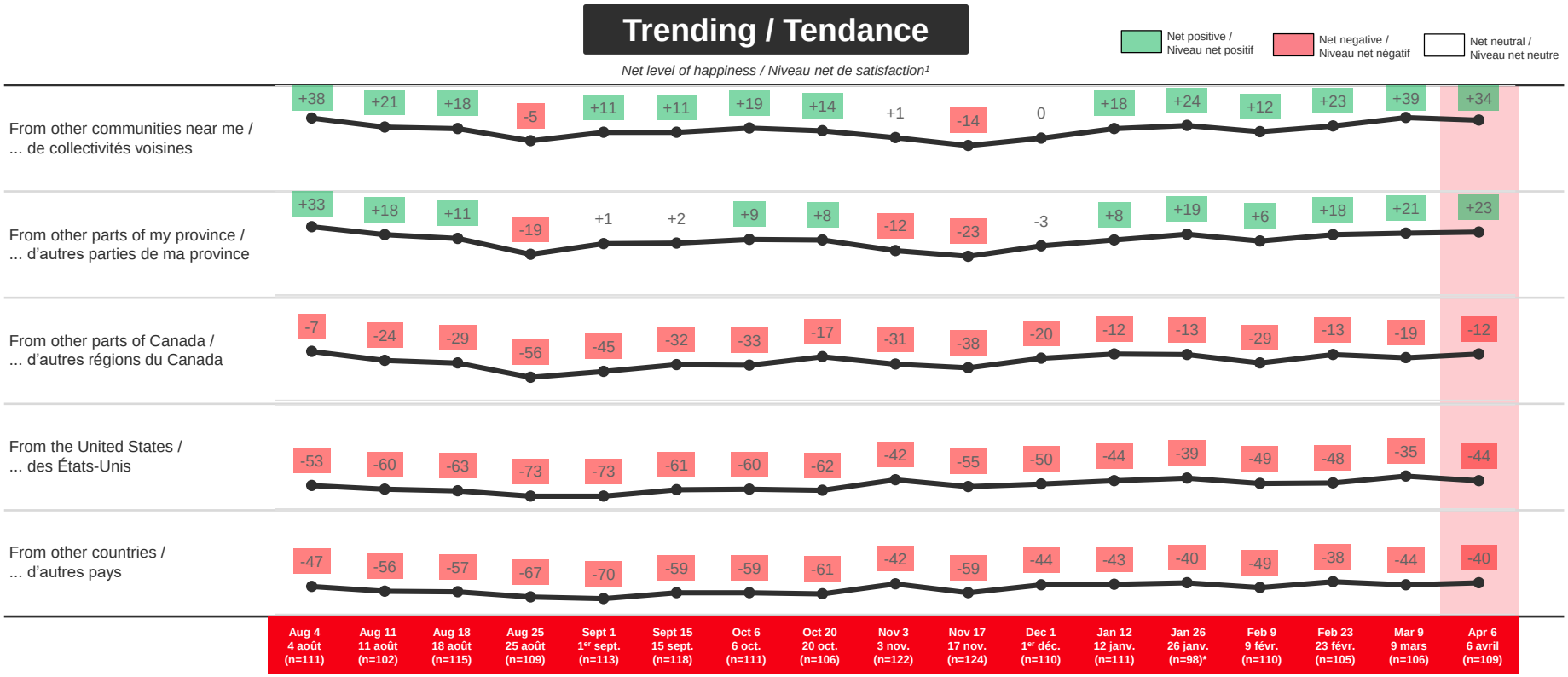
** Small base size (<100), interpret with caution.*
[1] Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Saskatchewan
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as 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 collectivité comme un endroit où les visiteurs peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire dans chacune des régions suivantes?

Manitoba

Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]



** 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 collectivité 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=96)*	Urban/Urbain (n=103)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+31	+25
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+18	+22
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-11	+2
From the United States / ... des États-Unis	-34	-37
From other countries / ... d'autres pays	-39	-35

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

** Small base size (<100), interpret with caution.*
[1] Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Saskatchewan / Manitoba
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
[1] Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
Niveau de référence : Saskatchewan/Manitoba
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Ontario

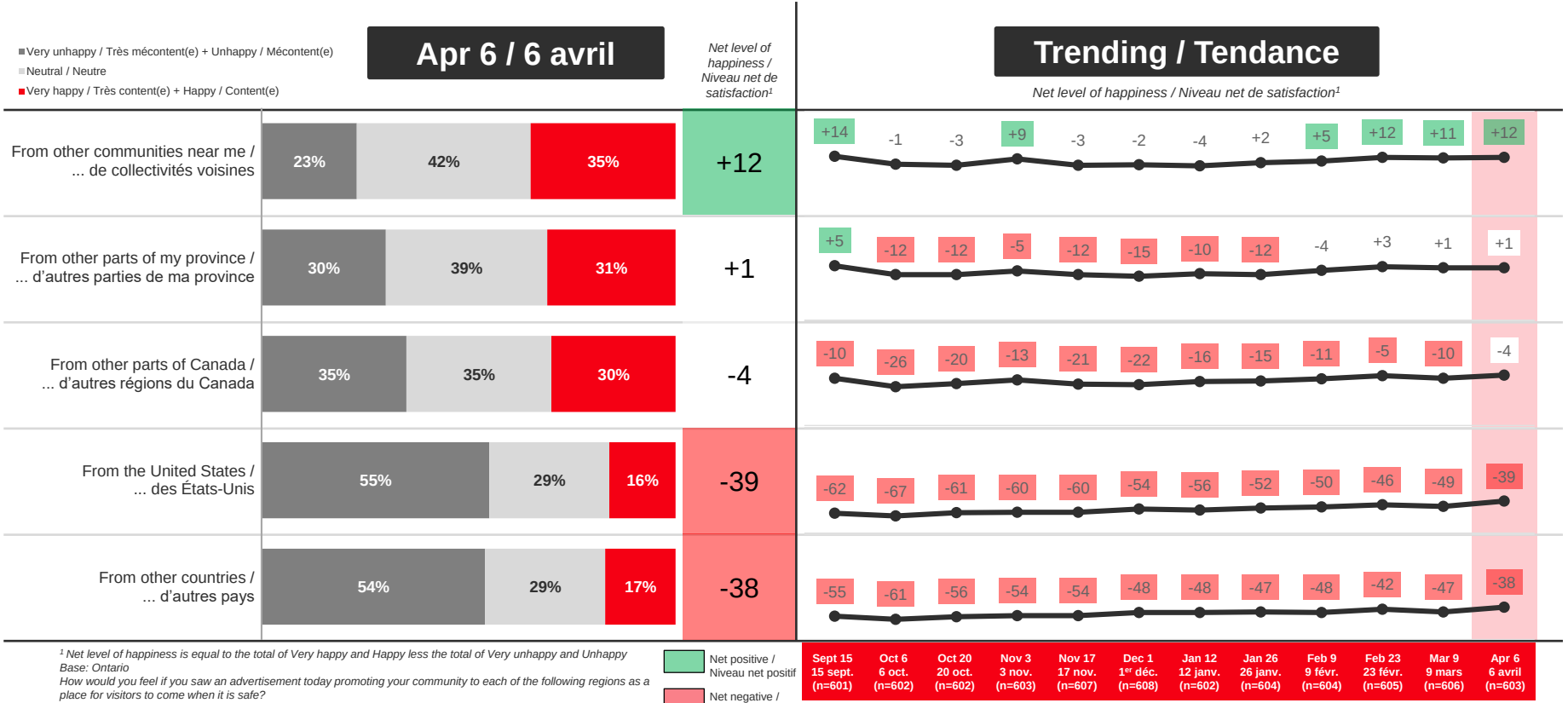
Very unhappy / Très mécontent(e) + Unhappy / Mécontent(e)
Neutral / Neutre
Very happy / Très content(e) + Happy / Content(e)

Apr 6 / 6 avril

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]

Trending / Tendance

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]



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

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

Ontario – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	Rural/Rural (n=78)*	Urban/Urbain (n=523)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+17	+11
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+7	+1
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	0	-5
From the United States / ... des États-Unis	-30	-40
From other countries / ... d'autres pays	-23	-40

Net positive / Niveau net positif

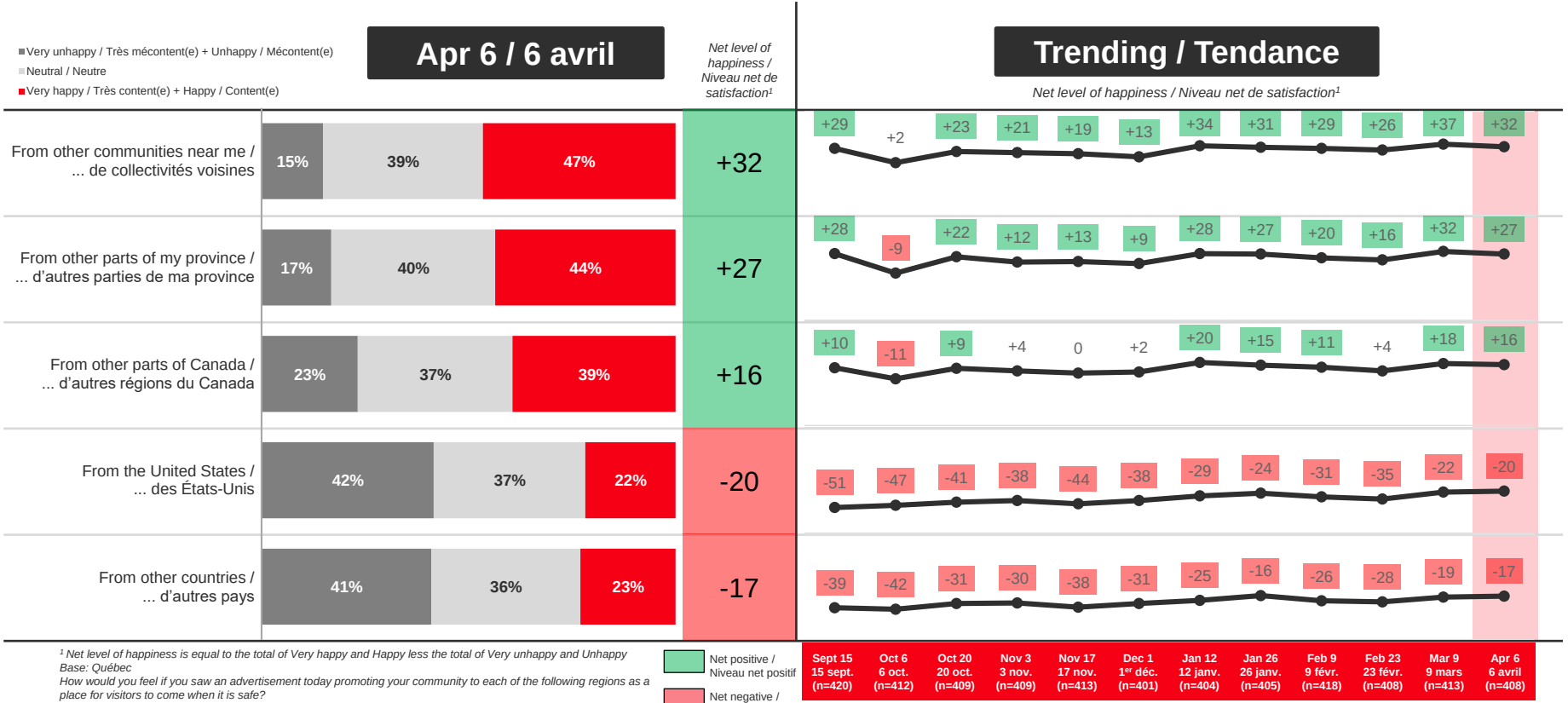
Net negative / Niveau net négatif

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

Quebec / Québec



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

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

Quebec / Québec – Urban vs Rural / Urbain vs rural

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	Rural/Rural (n=82)*	Urban/Urbain (n=321)
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+38	+31
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+32	+26
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	+20	+16
From the United States / ... des États-Unis	-5	-23
From other countries / ... d'autres pays	-6	-21

Net positive / Niveau net positif

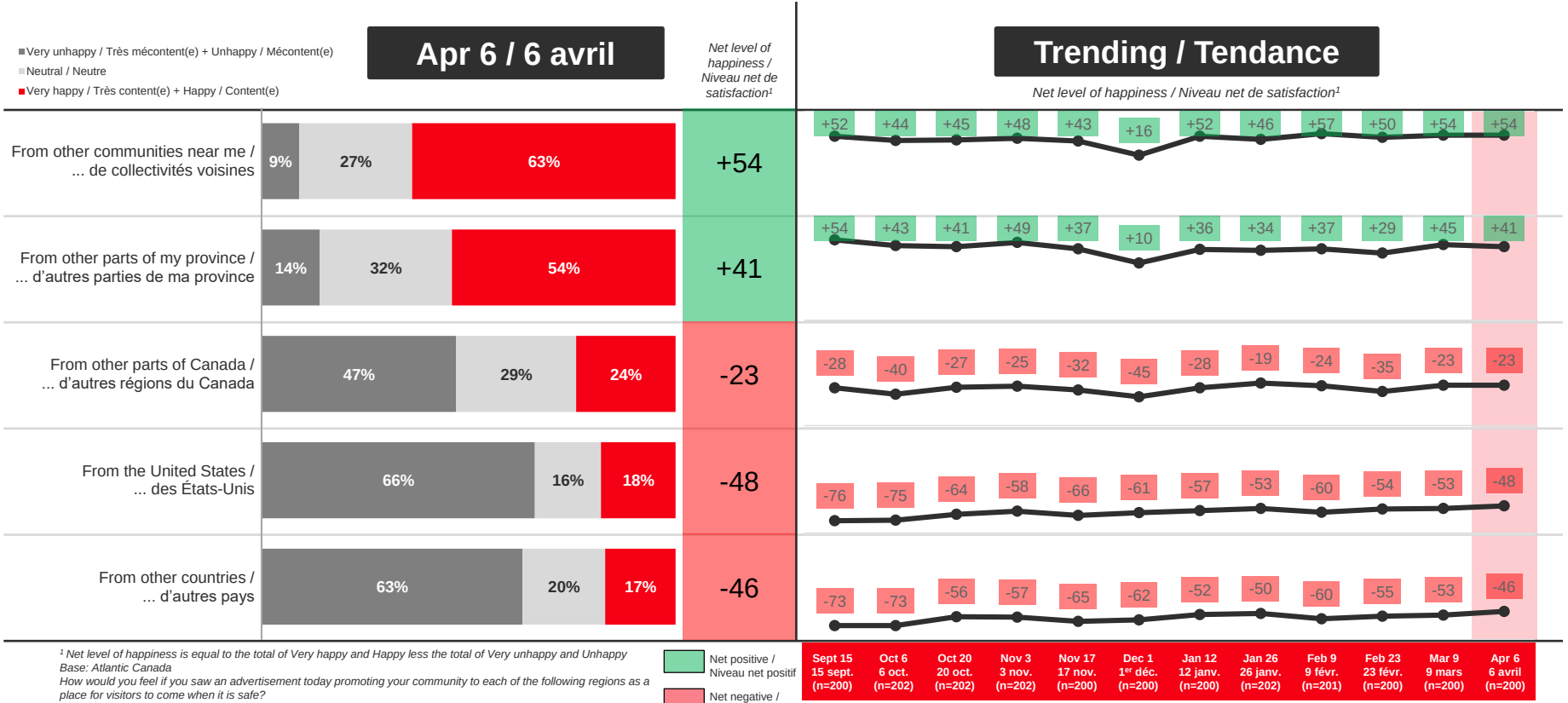
Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

** Small base size (<100), interpret with caution.*
[1] Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Québec
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
[1] Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
Niveau de référence : Québec
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?

Atlantic Canada / Canada atlantique



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

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

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

Net level of happiness / Niveau net de satisfaction[1]	Rural/Rural (n=119)	Urban/Urbain (n=80)*
From other communities near me / ... de collectivités voisines	+58	+52
From other parts of my province / ... d'autres parties de ma province	+48	+35
From other parts of Canada / ... d'autres régions du Canada	-20	-26
From the United States / ... des États-Unis	-59	-45
From other countries / ... d'autres pays	-49	-45

Net positive / Niveau net positif

Net negative / Niveau net négatif

Net neutral / Niveau net neutre

** Small base size (<100), interpret with caution.*
[1] Net level of happiness is equal to the total of Very happy and Happy less the total of Very unhappy and Unhappy
Base: Atlantic Canada
How would you feel if you saw an advertisement today promoting your community to each of the following regions as a place for visitors to come when it is safe?

** Base constituée d'un petit nombre de répondants (<100) – il faut interpréter les résultats avec prudence.*
[1] Le niveau net de satisfaction est égal au total de répondants se disant « très contents » et « contents » moins le total de ceux se disant « très mécontents » ou « mécontents ».
Niveau de référence : Canada atlantique
Comment vous sentiriez-vous si vous voyiez aujourd'hui une publicité faisant la promotion de votre collectivité comme un endroit où les visiteurs des régions suivantes peuvent venir lorsqu'il sera sécuritaire de le faire?