



Communiqué
Pour diffusion immédiate

La 4^e édition du Festival MONTRÉAL EN LUMIÈRE : « Un festival, c'est comme un cristal au cœur d'une pomme¹ » Robert Wilson

Montréal, le lundi 3 mars 2003 — La 4^e édition du Festival MONTRÉAL EN LUMIÈRE, qui prenait fin hier soir, a connu un succès remarquable. Succès, car plus que jamais cette année on a senti l'implication de tous les partenaires dans l'élaboration d'une programmation de qualité, et succès grâce à la participation enthousiaste du public — la firme Descary & complices estime le nombre total de festivaliers qui ont participé aux trois volets du Festival à près de 400 000 et ce, malgré la réduction des soirs d'ouverture du site extérieur.

Une couverture médiatique sans précédent et la présence de nombreux médias étrangers ont eu pour effet de faire entrer définitivement le Festival dans le calendrier festif des Montréalais et des métropolitains, en plus de confirmer, à l'étranger, le statut de Montréal en tant que « Ville des festivals » et de renforcer son image de marque en matière de gastronomie et de culture.

Les faits saillants de la 4^e édition :

- Le Festival a connu un **très grand succès** malgré les grands froids du premier week-end et la tempête de neige du second samedi (on a dû reporter les feux d'artifice au samedi 1^{er} mars). Il faut ici souligner le travail remarquable de toute l'équipe de la **Fête de la lumière Hydro-Québec** qui a monté et animé le site par des températures frôlant les - 30°C. Les neuf soirs d'ouverture du site extérieur ont néanmoins connu une assistance moyenne supérieure à l'année dernière, avec plus de 20 000 festivaliers par soir.
- Les nouveautés de cette année ont plu à un large public. Les festivaliers ont grandement apprécié de pouvoir, en plein cœur de l'hiver rigoureux, se réchauffer autour des braseros, danser au son des D.J. Stella Artois, admirer la mise en lumière du concepteur Alain Lortie, dévaler la glissoire Le Lait, assister au spectacle *Fulgor* et contempler les Feux du Canada.
- Le Festival est heureux d'avoir eu l'occasion d'apporter modestement son soutien à la centaine de milliers de marcheurs pour la paix qui ont traversé le site lors du très froid samedi 15 février, en leur distribuant gratuitement des **verres de lait au chocolat**

¹ * Le coprésident d'honneur du Festival et artiste de réputation internationale Robert Wilson racontait lors de sa conférence/performance du 28 février que, pendant ses études en architecture, un de ses professeurs avait demandé aux étudiants de dessiner une ville en trois minutes. Wilson s'exécuta en dessinant une pomme avec, au centre, un cristal. « Le cristal représente le cœur de la ville, l'endroit où les gens se rassemblent pour échanger. Exactement comme le fait un festival qui rassemble les artistes et les citoyens... les gens ont besoin de ce cœur, ils ont besoin de se fréquenter, d'échanger leurs idées ».

chaud, au son de *Give Peace a Chance*, chanson enregistrée à Montréal par John Lennon et Yoko Ono.

- La **série Catalane**, dans les trois volets du Festival, a enchanté tant le **public** que les **médias** et a réellement agi comme fil conducteur artistique, culinaire et festif. Le chef catalan et président d'honneur du volet les Plaisirs de la table SAQ, **Santi Santamaria** a, par sa présence et son implication, ajouté au prestige de cette série tout en nous assurant de son appui pour promouvoir le festival.
- Les **47 bonnes tables** du volet des **Plaisirs de la table SAQ** ont initié cette année des centaines d'activités. Le travail extraordinaire déployé par les chefs montréalais pour accueillir dignement les chefs et viticulteurs invités par le Festival dépasse nos attentes. Il ne subsiste aucun doute quant à notre capacité de faire de ce volet du Festival un des événements gastronomiques les plus réputés et courus d'Amérique, voire du monde.
- La programmation du volet **les Arts La Financière Sun Life** nous a permis d'assister cette année à des spectacles de grande qualité artistique, dont plusieurs n'auraient pas eu lieu n'eût été du Festival. Celui-ci a, entre autres, participé au financement de la création d'**Amelia** (et à sa présentation en spectacle d'ouverture), dernière création du chorégraphe Edouard Lock, coprésident d'honneur de ce volet avec le metteur en scène de réputation internationale Robert Wilson, dont la conférence marathon en a séduit et subjugué plus d'un.
- Plusieurs spectacles offerts dans le cadre du volet les Arts La Financière Sun Life ont été présentés à **guichets fermés**. Des **supplémentaires** auront lieu, entre autres, pour **Nomade** du Cirque Éloize, **L'Homme de la Mancha** des Productions Libretto et pour **Amelia** de LaLaLa Human Steps. Le remarquable spectacle de clôture *Montréal brûle les planches* pourra être vu par le grand public lors de ses rediffusions à Radio-Canada et ARTV.
- On estime cette année une plus grande présence de **touristes américains** et **canadiens**. Les hôtels montréalais ont vu leur achalandage croître de façon importante, la plupart **affichant même complet lors des deux premiers week-ends du festival**. La tenue de l'événement a notamment permis aux touristes séjournant à Montréal de sentir la ville vibrer, de façon assez unique, même en hiver. Montréal est décidément **LA** ville des festivals !
- Les trois **trains gastronomiques Via Rail en provenance de Toronto** ont tous connu un **énorme succès**, affichant complet longtemps à l'avance. Ils étaient organisés en collaboration avec l'ITHQ (Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec) et le Festival, avec le chef Jean-Paul Grappe à bord.
- Plusieurs nouvelles initiatives des milieux du théâtre et des musées avec les bonnes tables ont contribué à créer une étonnante cohésion entre les volets gastronomique et artistique. Pensons aux forfaits qui unissaient le Musée des Beaux-Arts avec les restaurants Les Halles et Le Lutétia, ainsi que les différentes initiatives jumelant le Lion d'Or au Petit Extra, La Gaudriole et le Théâtre La Licorne, le Théâtre du Nouveau Monde et le Café du Nouveau Monde et enfin Le Petit Bonheur et le Théâtre Corona.

Bémols

- Le Festival, pris dans les turbulences entourant le programme de commandite du gouvernement canadien, s'est retrouvé avec un manque à gagner important (800 000 \$), causé principalement par le retrait du coprésentateur Via Rail Canada.
- La contribution de la Ville de Montréal a également **subi une baisse**, passant de 300 000 \$ en 2001 à 200 000 \$ en 2002, puis à 100 000 \$ en 2003 (auquel s'est ajoutée

une contribution d'urgence de 35 000 \$ de l'Arrondissement Ville-Marie), une diminution elle aussi préjudiciable pour le Festival.

- Devant cette situation, le conseil d'administration du Festival a alors pris la décision d'effectuer des coupures budgétaires de près de 450 000 \$, notamment en réduisant l'ouverture du site extérieur gratuit à trois soirs par semaine. Le Conseil a aussi décidé de provisionner un déficit de 350 000 \$ pour **maintenir la qualité de l'expérience festivalière**.
- Un budget modifié a été préparé début janvier 2003. Les résultats pro forma nous indiquent que le **déficit anticipé sera tel que budgété**.
- Compte tenu de la croissance, de la popularité et de la notoriété acquises par le Festival au cours des quatre dernières années, le conseil d'administration est toutefois confiant de pouvoir résorber le déficit accumulé au cours des **trois prochaines éditions**, notamment avec l'économie qui sera réalisée en concentrant dorénavant les activités du Festival sur 11 jours consécutifs plutôt que sur trois week-ends.
- De plus, des discussions récentes, notamment avec l'administration municipale, nous indiquent que des solutions seront trouvées pour la 5^e édition du Festival, en 2004.
- Les **conséquences** du manque à gagner de cette année et des coupures budgétaires qui ont suivi, ont tout de même été nombreuses. En plus de voir l'**ouverture du site extérieur** réduite à 9 soirs, l'**annulation** du spectacle quotidien de **lasers sur chutes d'eau** et des **spectacles gratuits** au Complexe Desjardins a privé les festivaliers d'une programmation intérieur-extérieur soutenue. En tout, le Festival a été **contraint d'annuler plus de 30 %** des activités gratuites sur le site (esplanade de la Place des Arts et Complexe Desjardins).
- Malgré cela et tels qu'en témoignent les chiffres de fréquentation, les Montréalais et les touristes sont venus en très grand nombre. Toute proportion météorologique gardée l'affluence sur le site, au cours des soirées « normales » d'hiver, a été plus grande qu'en 2002. Et que dire du dernier samedi (1^{er} mars) où près de 10 000 festivaliers ont répondu à l'invitation du Festival, de venir sur le site se faire prendre en photo, feux de Bengale à la main.

Vers la 5^e édition de MONTRÉAL EN LUMIÈRE :

- La prochaine édition du Festival s'étalera sur **11 jours d'activités consécutives, soit du jeudi 19 au dimanche 29 février 2004**. Cette durée, qui se rapproche de celle des grands festivals québécois et montréalais, permettra de densifier la programmation, de proposer deux week-ends d'activités exceptionnelles et de stabiliser les dépenses à l'intérieur des objectifs fixés par le conseil d'administration.
- Le **site de MONTRÉAL EN LUMIÈRE sera donc ouvert au public tous les soirs** (11 plutôt que 9 en 2003), avec une programmation variée tant à l'extérieur, sur le parvis de la Place des Arts, qu'à l'intérieur du Complexe Desjardins.
- Au niveau des commanditaires et des partenaires gouvernementaux, on peut déjà souligner l'engagement d'**Hydro-Québec** qui a renouvelé son partenariat à titre de présentateur du Festival pour les **deux prochaines années (2004 et 2005)**. Le **Gouvernement du Québec**, par le biais du ministère des Affaires municipales et de la Métropole et de Tourisme Québec, a aussi confirmé sa contribution pour 2004 et 2005. Le **Gouvernement du Canada**, via Développement économique Canada, nous a assurés de sa contribution et de son appui pour l'édition 2004. **Tourisme Montréal**, qui appuie le Festival depuis le tout début, financera les deux prochaines éditions en plus de promouvoir intensivement l'événement sur ses marchés touristiques cibles. De même,

nous sommes confiants, compte tenu du succès remporté par l'édition de cette année, de renouveler les ententes avec nos autres partenaires et commanditaires actuels.

- Le Festival MONTRÉAL EN LUMIÈRE, en collaboration avec la Ville de Montréal, est en pourparlers avec l'**Association LUCI** (*Lighting Urban Community International Association*) pour la tenue de sa prochaine assemblée générale à **Montréal** en février **2004, dans le cadre du Festival**. Cette association, constituée d'une trentaine de villes comme Glasgow, Shanghai et Turin, Québec, Lyon, vise à constituer un réseau de communication et d'**échange international** dans le **domaine de la lumière** en réunissant des **spécialistes** et des intervenants des **agglomérations urbaines participantes**.
- Après le succès de la série catalane en vedette en 2003, le Festival récidivera en invitant artistes, chefs cuisiniers et concepteurs lumière d'une nouvelle région vedette. Pour **2004**, le Festival MONTRÉAL EN LUMIÈRE est en pourparlers sérieux avec la région **Rhône-Alpes**.
- Comme pour San Francisco cette année, le Festival mettra une **ville américaine à l'honneur** dans sa programmation en invitant cette fois-ci des chefs cuisiniers de **Boston**. Nouveauté, nous inviterons également des artistes de cette ville à venir présenter leur travail et leur création.
- Deux projets novateurs sont actuellement sur la table de travail du Festival.
 - L'un concerne une activité populaire participative à l'intérieur du Montréal souterrain, caractéristique urbaine unique au monde et qui témoigne d'une certaine forme d'adaptation (ou d'inadaptation) des Montréalais à l'hiver.
 - L'autre projet s'inspire de l'événement Nuit Blanche à Paris où les Parisiens furent invités à passer toute une nuit dans les antres de la ville, des musées, des théâtres, des restaurants et des bars.
- Le Festival est maintenant attendu et même, soyons modestes, espéré par le public montréalais qui salue cette initiative qui les aide à se sortir des *blues* de l'hiver. La mince avance que nous avons dans l'élaboration de la programmation 2004 nous permettra aussi de fournir à nos partenaires touristiques l'information nécessaire à la conception de forfaits, et à leur mise en marché, faisant ainsi de Montréal une destination touristique quatre saisons.
- Nous vous donnons rendez-vous du **jeudi 19 au dimanche 29 février 2004**, pour célébrer le 5^e anniversaire du Festival par une **5^e édition** encore plus lumineuse, chaleureuse, réconfortante, provocante et stimulante.

– 30 –

Source :

Festival MONTRÉAL EN LUMIÈRE – (514) 525-5990

Renseignements (médias) :

Myriam Achard, directrice - Relations de presse – (514) 525-5990, poste 535 ; myriam.achard@equipespectra.ca

Marie-Eve Boisvert, attachée de presse – (514) 525-5990, poste 666 ; marie-eve.boisvert@equipespectra.ca

Alain Des Ruisseaux, attaché de presse – (514) 525-5990, poste 608 ; alain.desruisseaux@equipespectra.ca

Renseignements (public) :

Ligne Info-Lumière– (514) 288-9955 ou sans frais 1 888 477-9955 ; www.montrealenlumiere.com

Le Festival en chiffres

- Plus de **86 000 personnes** ont participé aux activités du volet des Plaisirs de la table SAQ. De ce nombre **22 000** ont participé aux 100 activités gratuites des Semaines des saveurs, présentées par le MAPAQ, et aux ateliers des Grands Chefs Gaz Métropolitain, 11 000 ont participé à pas moins de **300 activités payantes spécifiquement conçues pour le Festival** par les chefs et par l'ITHQ et **53 000 ont dîné ou soupé** aux couleurs d'un menu du Festival, dans l'une des 47 Bonnes Tables de Montréal.
- On dénombre pas moins de **175 partenaires associés** à l'événement (liste en annexe) qui témoignent de la force de ce projet collectif pour la relance de la saison touristique hivernale à Montréal, mais aussi de la volonté de tous de contribuer à mettre la culture et les arts au cœur du développement de Montréal et à faire de Montréal la capitale gastronomique d'Amérique.
- Le décompte final d'assistance **dans le cadre des Arts La Financière Sun Life** dépasse cette année les **45 000 spectateurs en salle**, soit le double des années antérieures et ce, sans compter les **6000** billets déjà vendus pour des supplémentaires.
- Le décompte de participation pour chacun des trois volets du Festival se répartit comme suit :
 - **251 226 festivaliers** pour la Fête de la lumière Hydro-Québec,
 - **86 192** pour les Plaisirs de la table SAQ et
 - **45 359** pour les Arts La Financière Sun Life.
 - Au total plus de **382 777 festivaliers ont participé** à l'une ou l'autre des activités du Festival.
- Le budget 2003 de recettes du Festival est de 5,5 millions de dollars. Le budget de dépenses est de 5,85 millions de dollars. 10 % des revenus proviennent de la billetterie² et des produits dérivés, 30 % proviennent des contributions des trois paliers de gouvernement et 60 % proviennent des commandites en argent ou en services et de la vente de publicité et des produits officiels du Festival qui est, rappelons-le, une organisation sans but lucratif

² Il faut savoir que la grande majorité des recettes de billetterie pour les volets les Arts La Financière Sun Life et les Plaisirs de la table SAQ sont encaissés directement par les différents partenaires du Festival (restaurateurs, hôteliers et organismes culturels) et ne paraissent donc pas dans les résultats financiers de l'événement.

Citations francophones FML 2003

« **Un festival à ne pas manquer.** » — Lysiane Gagnon, *La Presse*, 1^{er} février 2003

« **Explosion de lumières !** » — Philippe Rezzonico, *Le Journal de Montréal*, 6 février 2003

« **Du 13 février au 2 mars prochain, une visite à Montréal vous comblera de bonheur [...] le Festival Montréal en Lumière transforme le cœur de la métropole francophone d'Amérique en un monde animé où règnent lumière, chaleur et convivialité** » — Gilles Houde, *La Tribune*, 18 janvier 2003

« [...] **quelle belle invention que cet événement** » — Marie-Claude Lortie, *La Presse*, 21 février 2003

« **Fort d'une formule gagnante, le Festival Montréal en lumière vient chauffer l'hiver avec ses volets artistique, gastronomique et festif.** » — Marie-Josée Lacroix, *Le Bel Âge*, janvier 2003

« **Un feu d'artifice gastronomique.** » — Monique Girard-Solomita, *La Presse*, 15 février 2003

« **Du 13 février au 2 mars prochain, le quatrième festival Montréal en lumière éclairera de ses lampions notre pathétique hiver.** » — Jean-Philippe Tastet, *Le Devoir*, 17 janvier 2003

« **Le festival Montréal en lumière est maintenant commencé et doit nous amener en voyage gastronomique pendant deux semaines.** » — Marie-Claude Lortie, *La Presse*, 14 février 2003

« **Citoyens, à vos tuques : la saison frileuse des plaisirs gratuits est ouverte.** » — Bernard Lamarche, *Le Devoir*, 6 février 2003

« **La lumière au bout de l'hiver. Le Festival Montréal en lumière est de plus en plus connu des Montréalais, qui l'interprètent un peu comme une éclaircie dans la suite ininterrompue de jérémiades contre l'hiver. Toute cette lumière, avouez que c'est de la bonne luminothérapie contre la déprime hivernale!** » — Chantal Guy, *La Presse*, 6 février 2003

« **Le festival revient avec une programmation chargée comme une centrale électrique, moteur en surchauffe, alimentant 18 soirées festives et une envie intacte de savourer pleinement la vie et les arts.** » — Manon Péclet, *Le Magazine de la Place des Arts*, janvier-février 2003

« **Le Festival Montréal en lumière est devenu une tradition. C'est l'événement qui a réussi à faire de l'hiver une fête.** » — Françoise Kayler, *La Presse*, 4 janvier 2003

« **C'est la fête! Même au cœur de l'hiver, Montréal garde sa réputation de grande ville effervescente avec la présentation de la quatrième édition du Festival Montréal en lumière.** » — *Le Guide Prestige*, janvier-février-mars 2003

Citations anglophones FML 2003

“When it comes to festivals, Montreal knows the ropes [...] In winter, the city takes the darkness out of the season with Hydro-Quebec’s Festival Montréal en lumière.” — Jan Shepard, *Boston Sunday Globe*, 12 janvier 2003

“High Lights, hot city! World-class chefs and world-beat music help the Montreal High Lights Festival warm up the coldest time of the year.” — Jacqueline Swartz, *The Globe & Mail*, 12 février 2003

“After tomorrow, there’s only one weekend left to the 2003 High Lights Festival. But the way it’s gone so far, this is another Montreal festival that’s going to be around for many years to come” – Mary K. Nolan, *The Hamilton Spectator*, 22 février 2003.

“ [...] among the best dishes I’ve ever had. [...] Now Montreal plans for its fourth annual High Lights event, a three-week celebration that has matured into another of the city’s fabled festivals. [...] This is a city that knows how to get out and party. There’s no reason we shouldn’t take the easy one-hour drive north and join them.” – Richard Frost, *Press-Republican*, 2 février 2003.

“For three weeks, in the coldest days of winter, thanks to the High Lights festival, Montreal becomes the most exciting culinary destination on the planet.” — Lesly Chesterman, *The Gazette*, 21 décembre 2003

“The mid-winter happening [...] allows residents and tourists to come out of hibernation and party.” — Alan Hustak, *The Gazette*, 5 février 2003

“In February, Montreal is the place to be [...] a month-long extravaganza that appeals to all senses.” — Lysiane Gagnon, *The Globe & Mail*, 3 février 2003

“Party Time! Even in the midst of dreary winter, Montreal lives up to its reputation as a party town.” — *Le Guide Prestige*, janvier-février-mars 2003

**Médias hors Québec ayant couvert la 4^e édition
du Festival MONTRÉAL EN LUMIÈRE**

ÉTATS-UNIS

Albany Times Union (quotidien)
Arizona Republic (quotidien)
Boston Globe (quotidien)
Boston Herald (quotidien)
Businessweek Magazine (mensuel)
Charleston's Free Time (hebdomadaire)
Chicago Tribune (quotidien)
Dining Around with Gene (KGO-AM Radio Newstalk 810 /ABC Network Affiliate)
Esquire/Wine Spectator (magazine)
Gourmet Magazine (mensuel)
Middletown Press (quotidien)
Newsday (quotidien)
New York Post (quotidien)
Ocean Drive /Miami (hebdomadaire)
Plattsburg Press Republican (quotidien)
San Francisco Chronicle (quotidien)
The Sunday Telegraph (hebdomadaire)
Travel Agent Magazine (mensuel)
Washington Post (quotidien)
Wisconsin State Journal (quotidien)

EUROPE

Air France Magazine (France) (trimestriel)
AVUI (Espagne) (quotidien)
Best Magazine (UK) (mensuel)
Canadian Affair (UK) (trimestriel)
Catalunya Ràdio (Espagne)
Cigares & Co (France) (mensuel)
COM Ràdio (Espagne)
Corriere della Serra (Italie) (quotidien)
El Periódico (Espagne) (mensuel)
Es País (Espagne)
El Punt (Espagne)
Europa Press (Espagne)
EFE (Espagne)
FODOR Guides Touristiques (Europe)
France Inter (France) (radio)
La Vanguardia (Espagne) (quotidien)
Le nouvel Observateur (France) (hebdomadaire)
L'express (France) (hebdomadaire)
TV3 (Espagne)

CANADA ANGLAIS

Journalistes touristiques pigistes (2)
AirMiles Magazine
Canada Scope Magazine
Canadian Living Magazine
Dreamscapes Magazine
Elle Magazine
Gaiety Magazine
Globe & Mail
Go Media Canada
Hamilton Spectator
L'Express de Toronto
MacLean' Magazine
National Post
Outta Here Travel Magazine
Toronto Star
www.thedancecurrent.com

Un partenariat essentiel et unique

MONTRÉAL EN LUMIÈRE est un festival atypique puisque, pour établir sa programmation, il sollicite et suscite, auprès d'environ 175 partenaires montréalais, des initiatives, tant dans le domaine de la restauration que dans celui des arts ou de la lumière.

Les trois (3) paliers de gouvernement se sont associés étroitement au démarrage et au développement du Festival : Développement économique Canada, le ministère des Affaires municipales et de la Métropole et la Ville de Montréal.

Les grands commanditaires, dont Hydro-Québec, la SAQ et La Financière Sun Life, et les commanditaires associés, Stella Artois, Gaz Métropolitain et la Fédération des producteurs de lait du Québec, ont investi des sommes importantes pour en faire un succès, contribuant ainsi à la relance économique et touristique montréalaise.

Tourisme Montréal a, quant à lui, contribué financièrement à la conception, au démarrage, à la programmation et à la mise en marché de ce nouveau Festival, fer de lance de la saison touristique hivernale.

Pour cette 4^e édition, qui mettait la Catalogne en vedette, nous avons reçu l'appui de la Generalitat de Catalunya.

Seize (16) autres commanditaires publicitaires ont contribué à son succès (liste en annexe).

Une quinzaine (15) d'hôteliers ont accepté d'héberger gracieusement les chefs et les artistes invités par le Festival (liste en annexe).

Une trentaine (30) de compagnies théâtrales et de danse, d'orchestres et de musées se sont associés à la programmation du volet des arts soit directement, par des spectacles et concerts qui, sans le Festival, n'auraient pu être présentés, soit indirectement, par le biais de la programmation des spectacles à l'affiche durant le Festival (liste en annexe).

Une quarantaine (40) (liste en annexe) de producteurs, d'associations, de fabricants et d'artisans ont offert temps et savoir-faire pour présenter une foule d'activités gratuites tout au long des Semaines des saveurs, au Complexe Desjardins.

Près de cinquante (50) restaurateurs et chefs de Montréal ont accepté de recevoir des grands chefs étoilés du monde entier et d'animer leur salle en présentant un menu festivalier (liste en annexe).

Le Festival les remercie sincèrement, au nom des Montréalais, métropolitains et touristes visiteurs pour leur précieuse contribution à cette fête qui célèbre Montréal et l'hiver à sa façon!

Les Bonnes Tables : Alexandre _ Anise _ Au Petit Extra _ Au pied de cochon _ Zawedeh _ Café Cherrier _ Café Méliès _ Nuances _ Chez L'Épicier _ Chez Queux _ Cube _ Da Vinci _ Le Bouquet _ Le Montréalais _ Chez Chine _ Le Lutétia _ Le Castillon _ Les Continents _ Opus II _ Café Tentation _ Il Sole _ L'Armoricain _ L'Entre-Miche _ L'I.T.H.Q. _ La Gaudriole _ Laloux _ Le Café du Nouveau Monde _ Le Boulevard _ Le Club des Pins _ Le Latini _ Le P'tit Bonheur _ Le Paris _ Le Passe-Partout _ Le Persil Fou _ Leméac _ Les Halles _ Les Remparts _ Samuel de Champlain _ Mikado (Laurier) _ Restaurant Julien _ Restaurant La Chronique _ Ristorante Saporì Pronto _ Savannah _ Soto Vieux-Montréal _ Tentation _ Toqué ! _

Les partenaires des Semaines des saveurs : Alicom _ Association des artisans chocolatiers du Québec _ Auberge Sainte-Catherine-de-Hatley _ Barry Callebaut _ Boulangerie Première Moisson _ Boutique des Beccs Fins _ Centre de l'émeu de Charlevoix _ Chez Nino _ Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière _ Conseil de l'agriculture et de l'agroalimentaire pour le développement de la région de Québec _ Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) _ Du Champ à la Table _ École hôtelière des Laurentides _ Fédération des producteurs d'agneaux et de moutons du Québec _ Festival des Fromages de Warwick _ Fromageries Chaput _ Fumoir d'Antan _ L'Eau à la Bouche _ La Clé des Champs _ La Courtisane _ La Maison Bergevin _ La Maison du Gibier _ Poissonnerie La Mer _ Le Choix du Fromager _ Le Relais Champêtre _ Les Toques blanches internationales du Québec _ Marché des Saveurs du Québec _ Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'alimentation _ Place Desjardins Inc. _ Poissonnerie La Mer _ Pommeraiie Orford-Magog _ Restaurant au Vieux Couvent _ Saveurs d'Espagne _ Signature Bachand électroménagers _ Souvenirs d'Indochine _ Table de concertation agroalimentaire de Charlevoix _ Table de concertation agroalimentaire des Laurentides _ Table de concertation de l'Estrie _ Table de concertation des Îles-de-la-Madeleine _ Le Veau de Charlevoix _

Les Hôtels : Fairmount Reine Elizabeth _ Centre Sheraton _ Delta Centre-Ville _ Marriott Château Champlain Montréal _ Hôtel Wyndham Montréal _ Holiday Inn Montréal- Centre-Ville _ Hôtel Renaissance Montréal _ Delta Montréal _ Hilton Montréal Bonaventure _ Hôtel Inter-Continental Montréal _ Hôtel Omni Mont-Royal _ Holiday Inn Select Montréal _ Hôtel Versailles Park Plaza _ Château Versailles _ Les Suites Faubourg St-Laurent _

Partenaires Scène et Lumière : Amérimage Spectra _ Arggl _ Usine C _ Centre Pierre Péladeau _ Chapelle Notre-Dame-de-Bon-Secours _ Cinémathèque québécoise _ Cirque Éloïse _ Compagnie Yvon Chaix _ Compania Péniente _ Ensemble Arion _ Espace Tangente _ Jazz à l'année _ L'Opéra de Montréal _ La Fura dels Baus _ LaLaLa Human Steps _ Le Grand Chœur de Montréal _ Le Lion d'Or _ Les Productions Libretto _ Les Productions Micheline Sarrazin _ Musée d'art contemporain de Montréal _ Musée des beaux-arts de Montréal _ Les rendez-vous du cinéma québécois _ Orchestre symphonique de Montréal _ Pointe-à-Callière - Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal _ Productions de l'œil _ Société de développement de Montréal _ Société de la Place des Arts de Montréal _ Société des Arts Technologiques (SAT) _ Société du Vieux-Port de Montréal _ Société musicale André-Turp _ Théâtre du Nouveau Monde _ Théâtre du Rideau Vert _ Theatre of Early Music _ Université McGill _ Ville de Lyon _ Zakouski _

Commanditaires publicitaires : Air France _ Biscuiterie Oscar _ Cadbury Caramilk _ Communication Canada _ Groupe Corlab _ Hasbro Canada _ Kodak Canada _ Kraft Canada _ Lombard Odier _ Lumen _ Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation _ Nikon _ Publications du Québec _ Saeco Canada _ Snowlab design _ Vinum design _

Partenaires Médias : ARTV _ CHOM 97,7 FM _ CJAD 800 AM _ CJPX FM 99,5 Radio
Classique Montréal _ CIBL 101,5 FM _ CKOI 96,9 FM _ 107,3 CITÉ RockDétente _
La Presse _ The Gazette _ Société Radio-Canada _