

75 bougies pour InterContinental, la plus grande marque hôtelière de luxe de la planète



INTERCONTINENTAL.
HOTELS & RESORTS

Intercontinental Hotels and Resorts célèbre son anniversaire de diamant avec éclat, en proposant aux voyageurs une série d'expériences exclusives à vivre au sein d'une sélection de ses hôtels aux quatre coins du monde. Ainsi l'**InterContinental London Park Lane** et l'**InterContinental Edinburgh The George** invitent-ils par exemple, dans le cadre d'un forfait commun, à découvrir les coulisses du Palais de Kensington, effectuer une visite privée des bijoux de la couronne, dîner au château d'Édimbourg ou encore admirer une collection d'art privée au sein de la Marchmont House en compagnie d'un expert de Sotheby's !

De son côté, l'**Intercontinental Danang Sun Peninsula Resort** au Vietnam offre la possibilité de converser par vidéo avec l'icône culinaire **Pierre Gagnaire** avant de dîner en son restaurant La Maison 1888 – un repas d'exception accompagné par des millésimes uniques de la collection exclusive Cellar Treasures. Ce forfait avec séjour au sein d'une luxueuse villa à deux chambres et majordome comprend également, entre autres, une visite privée de la toute nouvelle Bensley Outsider Gallery.

Pour son 75^{ème} anniversaire, InterContinental s'est par ailleurs

associé aux champagnes **Piper-Heidsieck** et au gin **The Botanist Islay Dry** pour proposer un cocktail spécial **InterContinental75** servi dans plus de 130 de ses établissements dans le monde. Version revisitée du classique French75, cette boisson rafraîchissante exhale des arômes délicieusement floraux, avec un soupçon de miel et des notes d'agrumes, d'herbes aromatiques et de miel.

InterContinental : une chaîne pionnière devenue la plus grande marque hôtelière de luxe mondiale



En 1946, Juan Trippe, fondateur de Pan American World Airways, décide de diversifier sa compagnie aérienne dans le secteur hôtelier. Pressentant l'essor rapide du voyage en cette période d'après-guerre, ce pionnier décide d'apporter le complément indispensable à ses services de transport : un hébergement hôtelier de luxe qui permettra à la génération émergente de grands voyageurs de travailler et de se détendre à chacune de ses escales. En avance sur son temps, il privilégie aussi l'ancrage local sur l'uniformisation des établissements et de leurs prestations : chaque hôtel sera différent et offrira le goût particulier de chaque destination. D'un premier hôtel brésilien, la marque est passée au cours des 75 dernières années à un portefeuille de plus de 200 établissements : la plus grande marque hôtelière de luxe internationale (*histoire de la marque et anecdotes ici*)

L'ancrage local privilégié : la philosophie originelle de la chaîne illustrée par les 6 hôtels InterContinental de France



Paris, Cannes, Marseille, Bordeaux et Lyon : c'est dans cinq villes-phares de l'Hexagone que la chaîne InterContinental Hotels & Resorts a ouvert ses six établissements français*, qui comptent parmi les plus grandioses de son portefeuille mondial. Que ce soit dans la Cité phocéenne, la Capitale des Gaules ou la capitale, la chaîne a investi des efforts considérables pour redonner vie et lustre à des monuments historiques emblématiques, tels que les centenaires Hôtel-Dieu de Marseille et Lyon, l'iconique Carlton sublime témoin de la Belle époque, ou encore le Grand Hôtel Paris à l'inimitable splendeur Second Empire qui vient d'être intégralement rénové.

() InterContinental Paris Le Grand, InterContinental Paris – avenue Marceau, InterContinental Carlton Cannes, InterContinental Marseille – Hotel Dieu, InterContinental Bordeaux – Le Grand Hotel et InterContinental Lyon – Hotel Dieu).*