IHG si rafforza sul segmento Boutique con Kimpton

IHG si rafforza nel segmento dei boutique hotels acquisendo per 430 milioni di dollari la catena **Kimpton Hotels & Restaurants**. Brand questo che si va ad aggiungere a quelli già nel portafoglio IHG della stessa tipologia, ovvero gli **Hotel Indigo** e gli **Even Hotels**.
KImpton è un marchio prettamente statunitense, con 62 strutture in città e località turistiche del paese e con 71 ristoranti e bar gestiti all'interno di alberghi. "Una acquisizione particolarmente interessante in quanto il segmento dei boutique hotels è quello in maggior crescita al momento" fanno sapere da IHG, aggiungendo che: "questa mossa inizierà ad avere un ritorno per il capitale investito dal terzo anno in poi, con un Ebitda quasi raddoppiato da 20 milioni di dollari nel 2014 a 39 nel 2017".
Sono 16 le proprietà in apertura targate Kimpton, brand che IHG vorrebbe anche internazionalizzare: "vediamo molte opportunità per questo brand anche in Europa e in Asia" ha detto il ceo di IHG **Richard Solomons**, che ha proseguito: "l'acquisizione di Kimpton da parte di IHG va nella direzione intrapresa dalla catena che è quella di continuare a investire in qualità e in brand iconici. Un anno fa *rumors* indicavano invece come la stessa IHG potesse essere preda di altri giganti dell'hotellerie, come Starwood o Wyndham, ma Solomons ribadisce l'intenzione di crescere organicamente, senza *merge* complicati tra grandi gruppi.
Intanto lato Kimpton il ceo **Mike Depatie** ha inviato una mail a tutti i possessori della loyalty card **Kimpton Karma**, assicurandoli che non ci saranno cambi a breve per quanto riguarda il programma, ma sui social si sono scatenati alcuni membri Kimpton Karma, dicendosi non d'accordo su questa mossa, che svilirebbe il brand (e i servizi).