RÉSIDENCES DE MARQUE: LA VALEUR DU BIEN IMMOBILIER DÉPEND ÉGALEMENT DE LA GESTION HÔTELIÈRE

Dans le nouveau Flash Insight du Real Estate Data Hub de RYZE et REMAX Italia, une analyse approfondie du modèle qui associe résidences haut de gamme, services hôteliers et gestion professionnelle. Au cœur de cette analyse: les opportunités pour les acheteurs et les investisseurs, ainsi que le rôle de l'hôtellerie dans la création de valeur

Milan, 5 novembre 2026 – Une résidence privée associée à une marque de prestige, intégrée dans un complexe hôtelier et offrant la possibilité de générer des revenus grâce à la location. C'est l'une des configurations des «branded residences», un segment du marché immobilier haut de gamme auquel est consacrée une analyse approfondie du nouveau Flash Insight du Real Estate Data Hub, réalisée par le Bureau d'études RYZE et le Centre d'études REMAX Italia.

Le terme «résidences de marque» englobe différents types de biens immobiliers, qui ont en commun leur association à une marque reconnue, souvent hôtelière ou de luxe, mais qui diffèrent par leur structure de propriété, leurs services et leurs modalités de gestion. L'analyse se concentre sur les résidences privées intégrées à des hôtels ou des complexes touristiques, dans lesquelles le propriétaire peut bénéficier des services de l'établissement et confier à l'exploitant la location du logement pendant les périodes où il ne l'utilise pas lui-même.

La valeur au-delà du bien immobilier: marque, services et gestion

Par rapport à une résidence de luxe traditionnelle, ce type de résidence de marque offre une gestion professionnelle qui garantit l'accès à des services propres à l'hôtellerie, tels que la conciergerie, le ménage, la restauration et les installations de bien-être; elle permet de réduire la charge opérationnelle du propriétaire et offre davantage d'opportunités de location grâce à la capacité de la plateforme hôtelière à capter une demande plus large via ses propres canaux commerciaux et de distribution.

La valeur d'un bien immobilier dépend donc non seulement de son emplacement et de ses caractéristiques, mais aussi de la réputation de la marque, de la qualité des services et de la continuité de la gestion. Ce thème fait écho à l'analyse du Centre d'études REMAX Italia, qui souligne que la notion de valeur immobilière revêt des caractéristiques différentes selon le contexte: dans les villes, l'emplacement et le prestige de l'adresse priment, tandis que dans les stations touristiques, le paysage, les équipements et les services associés à la résidence prennent davantage d'importance.

Un fil conducteur qui, du résidentiel traditionnel aux biens immobiliers haut de gamme et aux résidences secondaires, mène aux résidences de marque, dans lesquelles la composante de gestion ajoute un élément supplémentaire à la création et à la préservation de la valeur dans le temps.

Les opportunités pour les promoteurs et les opérateurs hôteliers

Ce modèle offre également des opportunités aux autres acteurs concernés. Pour le promoteur immobilier de l'ensemble du complexe, la vente des résidences permet de récupérer par anticipation une partie du capital investi, réduisant ainsi les besoins de financement et l'exposition au risque. Pour l'opérateur hôtelier, l'intégration des logements élargit l'offre d'hébergement et peut générer des revenus supplémentaires grâce à la gestion et aux services du complexe.

Les logements vendus à des particuliers peuvent en effet être intégrés par la suite dans un programme de location géré par l'hôtel. Leur vente et l'activité d'hébergement qui en découle permettent ainsi à l'exploitant de combiner le recouvrement anticipé du capital avec un flux de revenus récurrents.

Le cas du lac de Côme

Cette analyse approfondie porte sur le cas du Fonds Putter géré par Kervis SGR, un projet de réaménagement intégré prévoyant la création d'un complexe comprenant un parcours de golf, un club-house, un accès au lac et des villas de marque, dans le but de mettre en valeur la beauté naturelle et le patrimoine historique du site, afin d'en faire une nouvelle destination de référence pour le lac de Côme.

Le projet illustre les synergies possibles entre les composantes hôtelière et résidentielle : l'hôtel offre des services, des normes de qualité et une capacité commerciale, tandis que les résidences diversifient les solutions d'hébergement et renforcent l'attractivité du complexe auprès d'une clientèle plus large. Enfin, un aspect central mis en évidence par l'analyse est la structure contractuelle: les accords entre les propriétaires et l'opérateur hôtelier visent à garantir la continuité des services et à réglementer les droits de gestion, éléments qui peuvent également influer sur la valeur future du complexe immobilier.

-FIN-

RYZE - www.ryze.eu

RYZE est un groupe indépendant, leader dans le conseil immobilier et la gestion intégrée de services immobiliers. Il intervient aussi bien sur le marché institutionnel que dans le segment des actifs en difficulté pour le compte d'investisseurs italiens et étrangers, de banques, de sociétés de gestion de portefeuille (SGR) et de fonds, de groupes industriels, de fonds de capital-investissement et de family offices. RYZE bénéficie d'une expérience de plus de 30 ans dans les domaines technique (due diligence, gestion de projet, ingénierie, urbanisme, atténuation des risques et redressement, suivi de projet), environnemental, ESG, d'évaluation et de gestion (gestion immobilière et gestion des bâtiments). Dans le cadre des critères ESG (Environnement, Social, Gouvernance) et de la durabilité des investissements, elle a été en 2015 la première société de conseil immobilier enregistrée en Italie auprès des PRI (Principles for Responsible Investment). Elle compte plus de 570 collaborateurs, un réseau de 600 techniciens, 1 000 experts sur le territoire national et plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le groupe est présent en Italie, avec des sièges à Milan (siège social), Rome, Brescia et Trente, ainsi qu'à l'étranger, en France et au Royaume-Uni, avec des bureaux à Lyon, Paris et Londres.

RESPONSABLE DU MARKETING ET DE LA COMMUNICATION CHEZ RYZE

Rosita Brambillasca – tél. portable : +39 3479476831 ; e-mail rosita.brambillasca@ryze.eu