



Tirelli
& PARTNERS

OSSERVATORIO SULLE RESIDENZE ESCLUSIVE

I Semestre 2025 - n.1
Anno XXII

**Per tutti gli approfondimenti
e per avere i dati disaggregati per zona
o le serie storiche complete
Vi invitiamo a contattare:**

Marco E. Tirelli

+39 348 72.00.082 | mtirelli@tirelliandpartners.pro

Gabriele Torchiani

+39 335 64.74.399 | gtorchiani@tirelliandpartners.pro



*“Da oltre 35 anni
gestiamo
residenze esclusive
in Italia e all’Estero”*

Fondata nel 1987 come atelier per acquirenti, venditori, conduttori e proprietari di residenze di lusso, siamo conosciuti come una delle più prestigiose società immobiliari in Italia e come innovatori della consulenza immobiliare.

Case di lusso, proprietà uniche, ville, castelli ed esclusive tenute vinicole e di caccia: siamo consulenti di fiducia per gli acquirenti, venditori, proprietari e affittuari più esigenti. Gestiamo inoltre un portafoglio di oltre cento case vacanza di lusso in Italia al mare, in collina, nelle città storiche o sui laghi.

Come italiani garantiamo quel tocco artistico speciale nella presentazione di residenze di lusso; come cittadini del mondo siamo tra i primi ad adottare le tecnologie più avanzate nel settore immobiliare; come veterani dell'industria, abbiamo una profonda conoscenza delle transazioni immobiliari e un forte livello di comfort nella conduzione delle negoziazioni. Il tutto nell'esclusivo interesse dei nostri clienti.

Operiamo tanto sull'intero territorio nazionale, quanto in numerosi paesi europei e non, attraverso un network di partner stimati e riconosciuti come leader nei loro mercati con i quali condividiamo competenze e valori.

Siamo una società benefit, forma giuridica che abbiamo adottato per poter inserire tra i nostri obiettivi, oltre a quelli economici anche una serie di traguardi di beneficio comune e di restituzione alla comunità.



"Crediamo nelle persone e nella collaborazione solidale"

Nel 2023 ci è stata riconfermata la certificazione B Corp®, con il punteggio di 91,1 punti, un ottimo risultato considerando che delle oltre 110.000 aziende che hanno utilizzato il Benefit Impact Assessment (BIA), soltanto il 3% riesce a raggiungere gli 80 punti, soglia minima per affrontare il processo di verifica da parte di B Lab. Questa certificazione verifica e assicura che un'azienda operi secondo i più alti standard di performance sociale e ambientale, ossia:

responsabilità sociale: la nostra ragione d'essere è testimoniare che per essere un'impresa di successo è necessario mettere al centro le persone e costruire insieme a esse delle relazioni umane che riempiano di senso il nostro lavoro e dunque la nostra vita;

responsabilità ambientale: sappiamo che ogni nostra attività avrà un impatto negativo sull'ambiente e dunque ci impegniamo al fine di limitare tale impatto evitando quanto più possibile ogni spreco di risorse. Dal 2019 compensiamo le nostre emissioni aziendali attraverso la creazione di una foresta che è anch'essa un progetto socialmente responsabile.

Dal 2003 pubblichiamo con cadenza semestrale l'Osservatorio sulle Residenze Esclusive, rapporto che analizza il segmento più alto del mercato immobiliare della città di Milano.

Il report contiene informazioni - divise per le 6 zone di prestigio di Milano - relative a prezzi, sconti, tempi di vendita, indici di assorbimento e molto altro relativamente al segmento più alto del mercato immobiliare ovvero alle case che hanno un prezzo superiore al milione di euro. Il nostro osservatorio è liberamente scaricabile dal nostro sito nella versione light, ma rendiamo disponibile il documento completo a chi fosse interessato previa registrazione.

"Siamo una società certificata B Corp®"

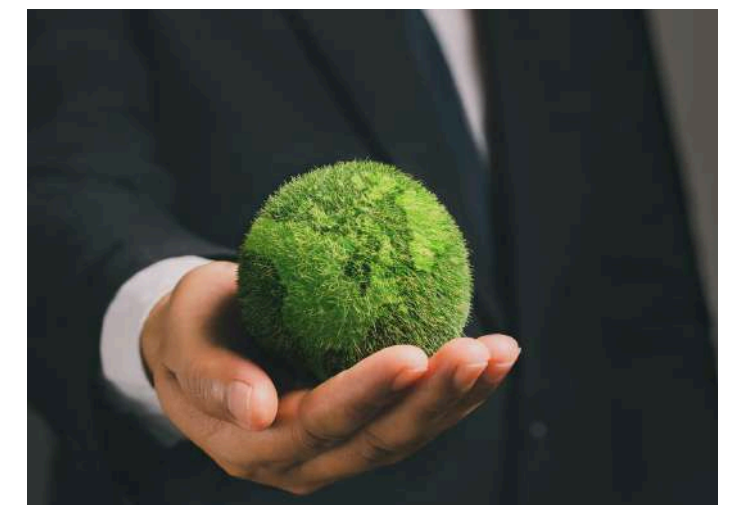
Che cos'è una B Corp®?

Benefit Corporation è un movimento globale che a oggi conta oltre 3200 imprese operanti in più di 150 settori e di 70 Paesi. Le B Corp sono aziende che hanno scelto di usare la propria attività come forza positiva di cambiamento della società e che, guardando al di là del profitto, hanno ridefinito le priorità della propria azione mettendo al centro il benessere delle persone, la coesione sociale e la rigenerazione dei sistemi naturali.

Invece che "le migliori al mondo" le B Corp hanno l'ambizione di essere "le migliori per il mondo".

Per ottenere la certificazione le aziende sottopongono la propria attività a un rigoroso assessment di oltre 300 domande e un successivo processo di verifica condotto da B Lab, l'ente non profit statunitense che rilascia la certificazione, finalizzato a verificare di soddisfare severi standard di responsabilità sociale, performance ambientale e trasparenza.

In Italia, secondo Paese al mondo per numero di certificazioni rilasciate dopo gli USA, più di 100 imprese sono riuscite a superare i severi standard previsti. Per tutte le B Corp il successo non dipende solo da ciò che realizzano nella loro attività, ma anche da ciò che di buono ispirano gli altri a fare. Per questo le B Corp hanno l'obiettivo di condividere la propria esperienza affinché altri scelgano un modello di impresa socialmente responsabile e pulita.



È tutta una questione di Senso

Nei sistemi complessi tutte le parti hanno tra di loro relazioni contemporanee, tali per cui non ha senso cercare di isolare porzioni del sistema per comprenderne il funzionamento individuale. La conseguenza più dirompente che i sistemi complessi hanno sul modo in cui noi guardiamo, vediamo e comprendiamo la realtà (o almeno dovremmo fare) è che le relazioni lineari di causa-effetto perdono la loro capacità di spiegare il funzionamento del sistema. Le aziende, che sono sistemi complessi, non sono dunque comprensibili attraverso relazioni meccanicistiche.

Conseguentemente non sono nemmeno orientabili attraverso logiche lineari di comando-risultato. Il vero orientamento nelle aziende si ottiene attraverso il senso ovvero attraverso la ragione per cui l'azienda esiste. Mentre qualsiasi obiettivo o traguardo si realizza solamente se e quando viene raggiunto, il Senso è un perché, una direzione che è reale già con il primo passo. Come la meta qualifica il cammino, così nel cammino è contenuta la meta. Ecco perché le persone e le aziende, che di persone sono fatte, sono motivate dal Senso e non dal traguardo.

In Tirelli & Partners crediamo che il successo della nostra attività sia la conseguenza della nostra ragione d'essere che è per noi il valore supremo che genera la nostra vision e che innerva l'azione, incarnandosi nel quotidiano. Non è il profitto a generare il valore! Al contrario il valore espresso dal Senso è principio ispiratore che guida l'azione e genera un profitto di cui prefigura la qualità.

Questo era il senso della profezia che Adriano Olivetti fece nel discorso del giugno 1945 davanti all'azienda riunita in un'Italia devastata dalla guerra: **“Che cosa faremo? Che cosa faremo? Tutto si riassume in un solo pensiero, in un solo insegnamento: saremo condotti da valori spirituali. Questi sono valori eterni. Seguendo questi, i beni materiali sorgeranno da sé senza che noi li ricerchiamo”**.



Tirelli & Partners, azienda comprensiva - **di Francesco Cascino**

Perché l'arte in una relazione d'impatto: l'Art Thinking in azienda

La spinta emotiva, immaginifica e istintiva che spinge un artista a creare un'opera inizia con lo sguardo divergente sulla realtà. Un artista guarda un tavolo e pensa a cosa rappresenta, a quale simbolo sia un tavolo per le persone, da sempre e per sempre. Non vede semplicemente un piano e quattro gambe; nemmeno gli interessa la bellezza della sua fattura. Piuttosto è interessato a quanto quel tavolo sia davvero prezioso per le nostre vite e quindi ne dipinge il carattere filosofico, esprimendone così le potenzialità invisibili. Mentre lo fa, cambia per sempre la percezione precedente e prevalente che di quel tavolo avevamo tutti.

Un semplice oggetto di uso quotidiano su cui non ci facciamo domande, in realtà è un simbolo capace di esprimere concetti che possiamo immaginare anche senza vederli. Il tavolo rappresenta ad esempio la famiglia, perché è l'oggetto attorno al quale essa si riunisce. Quindi se guardiamo un tavolo con gli occhi di un artista vediamo la nostra emozione nel ritrovare i nostri affetti, dagli amici vecchi e nuovi ai familiari, riuniti con noi, finalmente presenti e pronti a riempire la nostra vita di gioia. Quelle emozioni ci informano di cose preziose e invisibili per catturare le quali usiamo la ghiandola pineale, il Terzo occhio; non la vista, ma la visione.

Allo stesso modo una casa è simbolo di famiglia, amici, gioia, sorpresa, incontri, accoglienza, convivenza, armonia. Una casa è il luogo in cui proviamo a essere felici, che non è uno slogan, ma il dipanarsi concreto di mille momenti diversi.

Francesco Cascino, Contemporary Art Consultant, ARThinker e Curatore, è anche Fondatore del Network di progettazione culturale Cascino Progetti, e co-autore di un Manifesto politico e culturale sull'Art Thinking, firmato da decine di artisti, curatori, imprenditori, professionisti e scienziati nel 2019.



Tirelli & Partners decide di far entrare nei suoi processi lavorativi quotidiani artisti e curatori perché, sulla scorta dell'assunto precedente e di quello scientifico per cui la mente ragiona per immagini, più le visioni arrivano da artisti colti e informati sulla natura, sui bisogni dell'Uomo, sulle cose della vita, più la nostra ghiandola pineale sarà "intelligente" e trasformerà le informazioni che arrivano inconsciamente in elementi culturali, quindi conoscenza, che possiamo utilizzare per migliorare ed evolvere l'approccio ai problemi e alle soluzioni.

Per questa ragione in questa relazione d'impatto non trovate ruscelli, prati, fiori e panorami agresti; vi trovate invece nuovi scenari per la mente.

L'Art Thinking è quindi la pratica dell'arte applicata a tutte le attività dell'umano: il lavoro e la vita privata, la progettazione e l'esecuzione, l'ambiente e l'economia. Art Thinking è guardare una cosa e vedere tutte quelle che vi sono esplicitamente e implicitamente collegate, che non appaiono alla vista, ma affiorano e diventano visibili – e risolvibili - grazie alla pratica dell'arte che indaga altri punti di vista e di senso spostando l'angolatura del nostro immaginare.

Tirelli & Partners vede i clienti, i fornitori, i colleghi, i collaboratori, i luoghi da costruire e da vendere come un unicum, una cosa sola, cioè un contesto fisico, metafisico e morale in cui e con cui trovare e costruire la "felicità" di abitare, di vivere e di creare vera comunione e vera comunità.

Perché vivere in appartamenti non significa vivere appartati.

LE COMPRAVENDITE

DOMANDA E OFFERTA

Nel **primo semestre del 2025**, il mercato delle residenze esclusive di Milano conferma l'andamento emerso a fine 2024: **netta la distinzione tra fascia Top (oltre 3 milioni) e Lusso (oltre 6 milioni)**, sostenute dalla domanda internazionale, e **fascia Media (1-3 milioni)**, prevalentemente domestica e caratterizzata da notevole prudenza. Le richieste di famiglie straniere in arrivo a Milano, principalmente per ragioni di convenienza fiscale, si confermano, ma il trend mostra un certo rallentamento dopo un 2024 da record. **L'offerta in questa nicchia top è ormai quasi esaurita** e alimentata perlopiù da richieste a prezzi speculativi.

Nella fascia Media, al contrario, gli acquirenti italiani rimandano spesso le decisioni di acquisto per una serie di fattori concomitanti:

- **difficoltà nel trovare immobili** che rappresentino un reale salto qualitativo rispetto alla propria abitazione attuale;
- un certo **disorientamento sul valore reale delle proprietà** disponibili, indotto da un lato dalla grande variabilità dei prezzi richiesti per case apparentemente simili per caratteristiche, dall'altro dall'aumento sui portali immobiliari degli annunci che mostrano rilevanti diminuzioni del prezzo richiesto;
- un **atteggiamento attendistico** rispetto alle decisioni di acquisto connesso con la crescente complessità del quadro geopolitico generale e la crescente ansia per il futuro che genera pessimismo e/o timore di un assestamento del mercato con correzione del valore degli immobili.

IL MERCATO DELLA COMPRAVENDITA DI ABITAZIONI DI PREGIO A MILANO (I SEMESTRE 2025)			
Zona Urbana	Domanda	Offerta	Numero di compravendite
Quadrilatero	↔	↓	↓
Centro Storico	↔/↓	↔/↓	↔/↓
Brera-Garibaldi	↔	↔/↓	↔/↓
Magenta	↔	↔	↔/↓
Venezia-Duse	↔	↓	↔/↓
Altre zone	↔/↓	↔	↔/↓
Media	↔	↔/↓	↔/↓



INDICE DI ASSORBIMENTO

L'indice di assorbimento medio – che misura la quota di immobili venduti sul totale offerto – scende leggermente, attestandosi al **19,6%**, con una flessione di circa mezzo punto percentuale. Il quadro, tuttavia, non è uniforme: alcune aree come il Quadrilatero e Porta Venezia mostrano segnali positivi, in controtendenza rispetto alla media cittadina.

Le abitazioni di qualità elevata continuano a intercettare abbastanza rapidamente un compratore, mentre quelle meno convincenti restano invendute a lungo. **La domanda oggi a Milano, infatti, non è incline a compromessi.**

INDICE DI ASSORBIMENTO DEL MERCATO DELLA COMPRAVENDITA (percentuale di immobili venduti sul totale degli immobili presenti sul mercato)										
	II sem 2020	I sem 2021	II sem 2021	I sem 2022	II sem 2022	I sem 2023	II sem 2023	I sem 2024	II sem 2024	I sem 2025
Media	24,1%	25,6%	26,4%	27,5%	26,8%	23,6%	23,0%	19,5%	20,1%	19,6%



TEMPI DI VENDITA E SCONTI

I tempi medi necessari per concludere una compravendita si allungano ancora, **superando di nuovo la soglia dei sette mesi** e attestandosi a 7,6, un livello che richiama quello del 2019. Parallelamente, **il gap tra valore richiesto e prezzo effettivo cresce ulteriormente**, raggiungendo l'8,1% (+0,9% nel semestre).

Questa dinamica riflette il peso prevalente del segmento medio, meno dinamico, mentre le performance del comparto Top sono migliori e le poche proprietà di alta qualità registrano tempi di vendita e sconti significativamente inferiori alla media.

In questo scenario **cresce anche la giacenza media degli immobili invenduti, che torna a superare i 26 mesi**. Un livello molto elevato, che dovrebbe spingere i proprietari a prendere decisioni chiare: ritirare l'immobile dal mercato oppure accettare una riduzione significativa del prezzo. Nella realtà, però, molte proprietà restano sospese in una situazione di stallo.

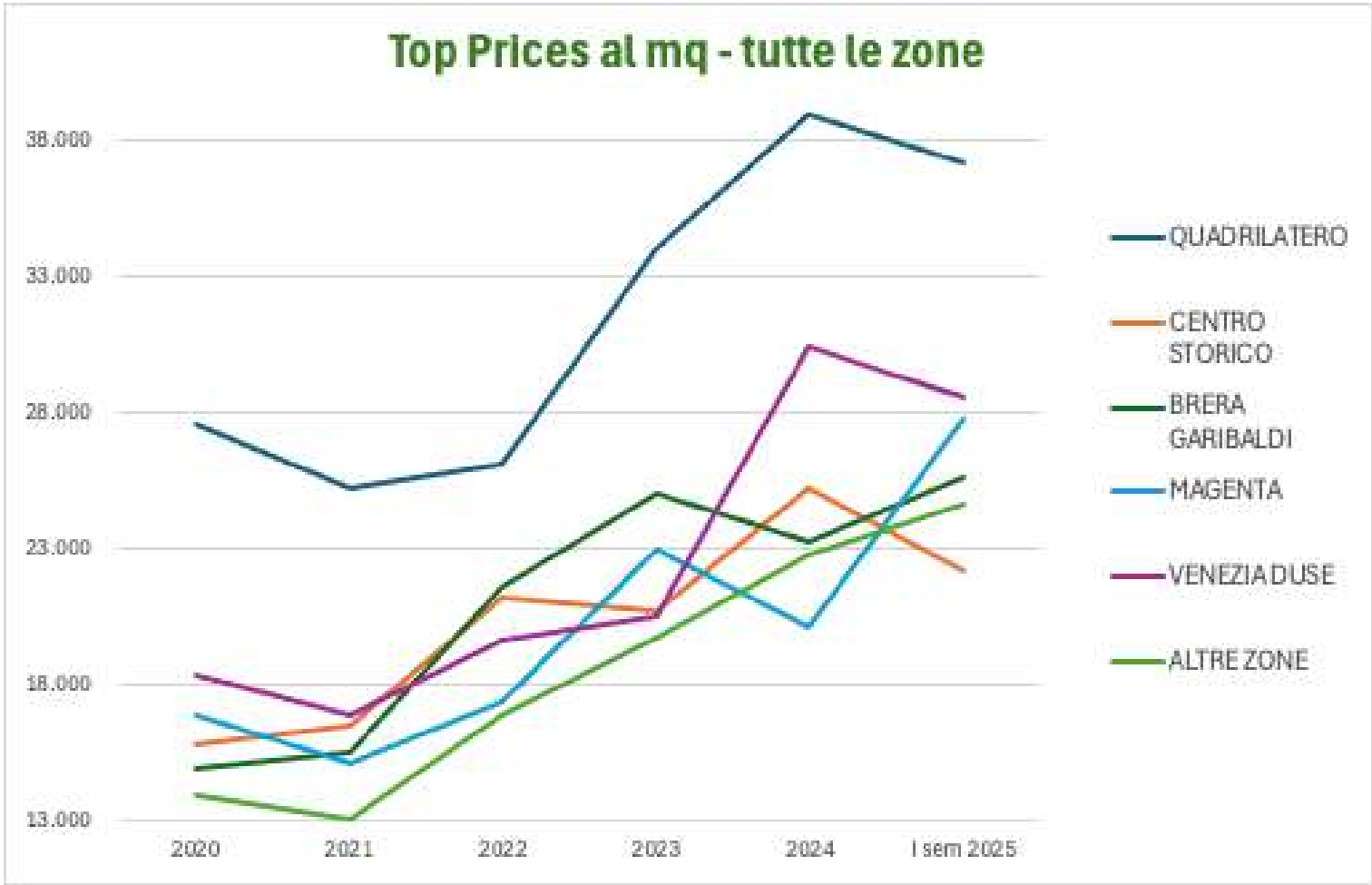
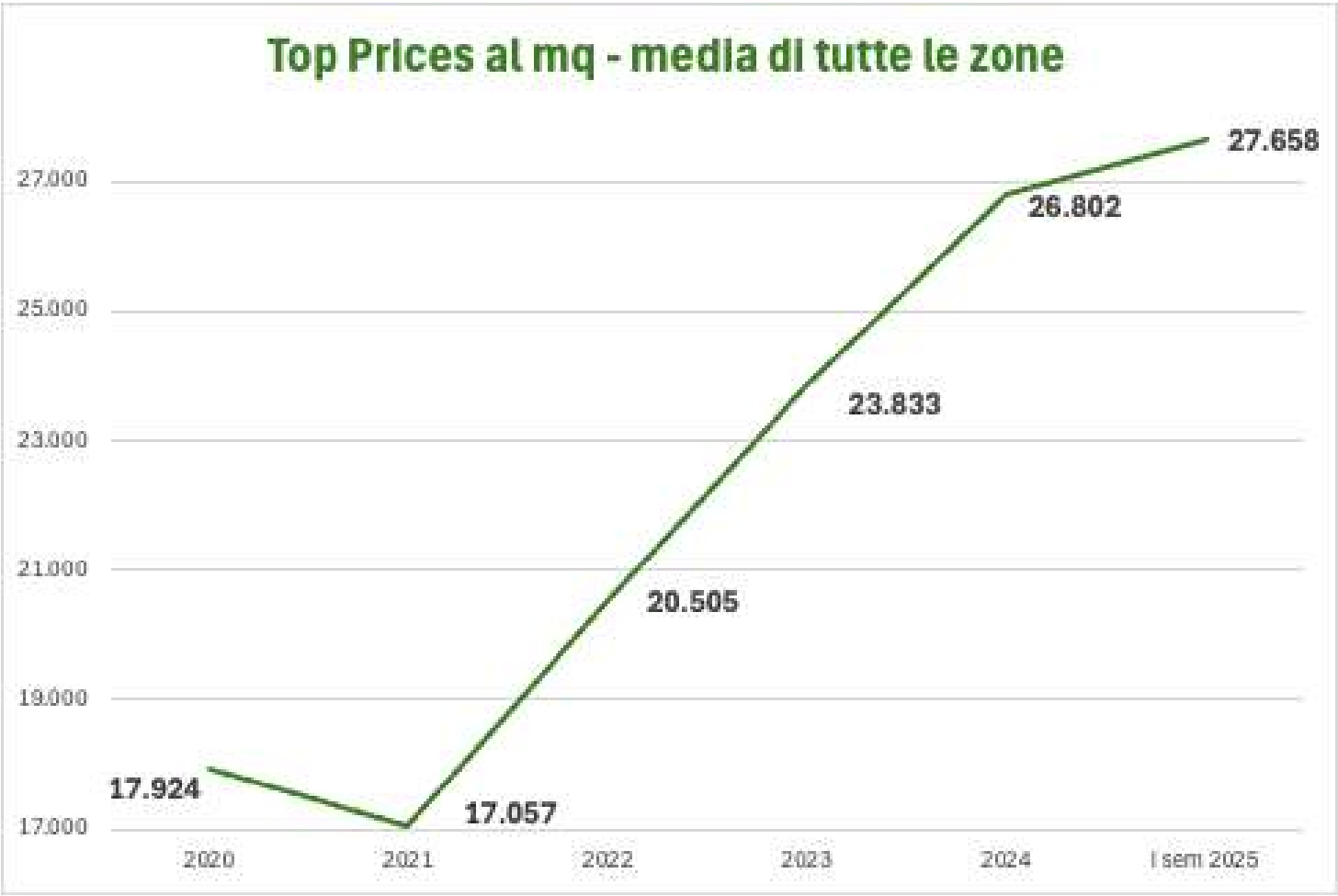
TEMPI E SCONTI NEL MERCATO DELLE ABITAZIONI DI PREGIO A MILANO			
Semestre	Tempi medi di vendita	Tempi medi di giacenza degli immobili invenduti	Sconto prezzo richiesto/effettivo
	(mesi)	(mesi)	(in %)
I sem 2025	7,6	26,2	8,1
II sem 2024	6,8	25,4	7,2

PREZZI

I prezzi richiesti mostrano anche in questo semestre rialzi contenuti, con un aumento dello 0,66% per il prezzo medio e un +0,93% per il prezzo medio massimo. Il prezzo medio dell'usato (condizioni medie o da ristrutturare) cresce dell'1,17%, in misura maggiore rispetto al nuovo (ristrutturato o nuova costruzione), che registra un +0,29%.

Nel segmento Lusso (oltre 6 milioni di euro), i Top price (prezzo massimo al mq registrato da una singola unità) mostrano nel semestre un andamento differenziato tra le varie zone: cresce in Brera, Magenta e nelle Altre Zone, mentre è in flessione in Quadrilatero, Centro storico e Venezia-Duse. Se la crescita è indicatore che nuove case sono entrate sul mercato rispetto al semestre precedente, la flessione è da ricondurre all'uscita dal mercato delle unità più prestigiose e alla mancata sostituzione con altre di pari o superiore qualità.

Il Top price medio della città cresce anche in questo semestre, ma in modo molto più contenuto che in precedenza. Da un lato per la presenza di una domanda internazionale abituata a questi valori, dall'altro per qualche richiesta speculativa di qualche proprietario che diviene venditore solo a prezzi amatoriali.



PREZZI RICHIESTI (1) DI ABITAZIONI DI PREGIO A MILANO (I SEMESTRE 2025)								
	Prezzo medio Nuovo (2)	Prezzo medio Usato (3)	Prezzo medio (4)	Prezzo medio minimo (5)	Prezzo medio massimo (6)	Top prices (7)	Prezzo medio complessivo (8)	Prezzo massimo complessivo (9)
	(€/mq)	(€/mq)	(€/mq)	(€/mq)	(€/mq)	(€/mq)	(€)	(€)
Media ponderata	10.622	8.896	9.564	7.281	12.242		1.864.350	
Var.% semestrale	0,29%	1,17%		0,40%	0,93%		-0,65%	

(1) I valori della tavola sono calcolati sulla base del prezzo richiesto sia per gli immobili venduti sia per gli immobili in carico.
(2) Valore medio al mq delle unità abitative di prestigio di nuova costruzione o ristrutturate.
(3) Valore medio al mq delle unità abitative di prestigio di stato manutentivo medio o da ristrutturare.
(4) Valore medio al mq delle unità abitative di prestigio, ottenuto come media ponderata del prezzo medio al mq del Nuovo e del prezzo medio al mq dell'Usato.
(5) Valore medio al mq delle unità abitative di prestigio che hanno un prezzo inferiore al primo quartile della distribuzione dei prezzi al mq degli immobili.
(6) Valore medio al mq delle unità abitative di prestigio che hanno un prezzo superiore al terzo quartile della distribuzione dei prezzi al mq degli immobili.
(7) Valore massimo al mq registrato nel semestre.
(8) Valore medio totale, ottenuto come media ponderata del prezzo medio totale del Nuovo e dell'Usato.
(9) Valore massimo complessivo registrato nel semestre.

PREZZO RICHIESTO, PREZZO EFFETTIVO DI VENDITA E SCONTO					
Anno	Prezzi richiesti di vendita		Sconti	Prezzi effettivi di vendita	
	€/mq	var. %		€/mq	var. %
I sem 2025	9.564	1,1%	8,1%	8.789	-0,1%
2024	9.462	1,2%	7,0%	8.800	0,4%



TOP SALES

L'ammontare complessivo delle tre vendite più rilevanti del semestre si attesta a quasi 23 milioni, con prezzi di vendita che variano tra un minimo di 18.200 e un massimo di quasi 21.000 euro al mq.

CARATTERISTICHE DELLE ABITAZIONI DI MAGGIOR VALORE COMPLESSIVO OGGETTO DI COMPRAVENDITA A MILANO (I SEMESTRE 2025)						
Zona urbana	Prezzo complessivo (€)	Superficie (mq)	Prezzo al mq (€) (al netto del valore dei posti auto)	Condizioni d'uso	Tipologia abitativa	Attributi e pertinenze
Quadrilatero	€ 9.500.000	450	€ 20.889	Da ristrutturare	Appartamento	Terrazzo, garage
Magenta	€ 7.100.000	380	€ 18.158	Ottimo	Attico	Terrazzo, garage doppio
Centro Storico	€ 6.350.000	320	€ 19.844	Nuovo	Attico	Terrazzo



MOTIVAZIONI DI ACQUISTO

La componente “prima casa” sale al 55%, la quota “sostituzione” vale il 38% del totale e la parte relativa all’investimento scende al 7%, un po’ penalizzata dall'andamento molto positivo di asset class alternative quali il mercato azionario o l’oro.

INVESTITORI STRANIERI

L’interesse degli investitori stranieri per Milano resta alto, nonostante il picco di quelli provenienti dal Regno Unito si sia registrato negli scorsi due semestri, a causa della abrogazione dei benefici del regime fiscale UK *Res non dom*. L’adeguamento della flat tax a 200.000 euro non ha generato variazioni significative nel flusso di richieste, né dall’Europa né dal resto del mondo. Per gli UHNWI l’incremento risulta marginale rispetto alla dimensione media dei patrimoni detenuti e continua a essere ampiamente compensato dal quadro complessivo di benefici fiscali associati alla residenza in Italia, che rimane quindi competitivo rispetto ad altre giurisdizioni internazionali.



PREVISIONI

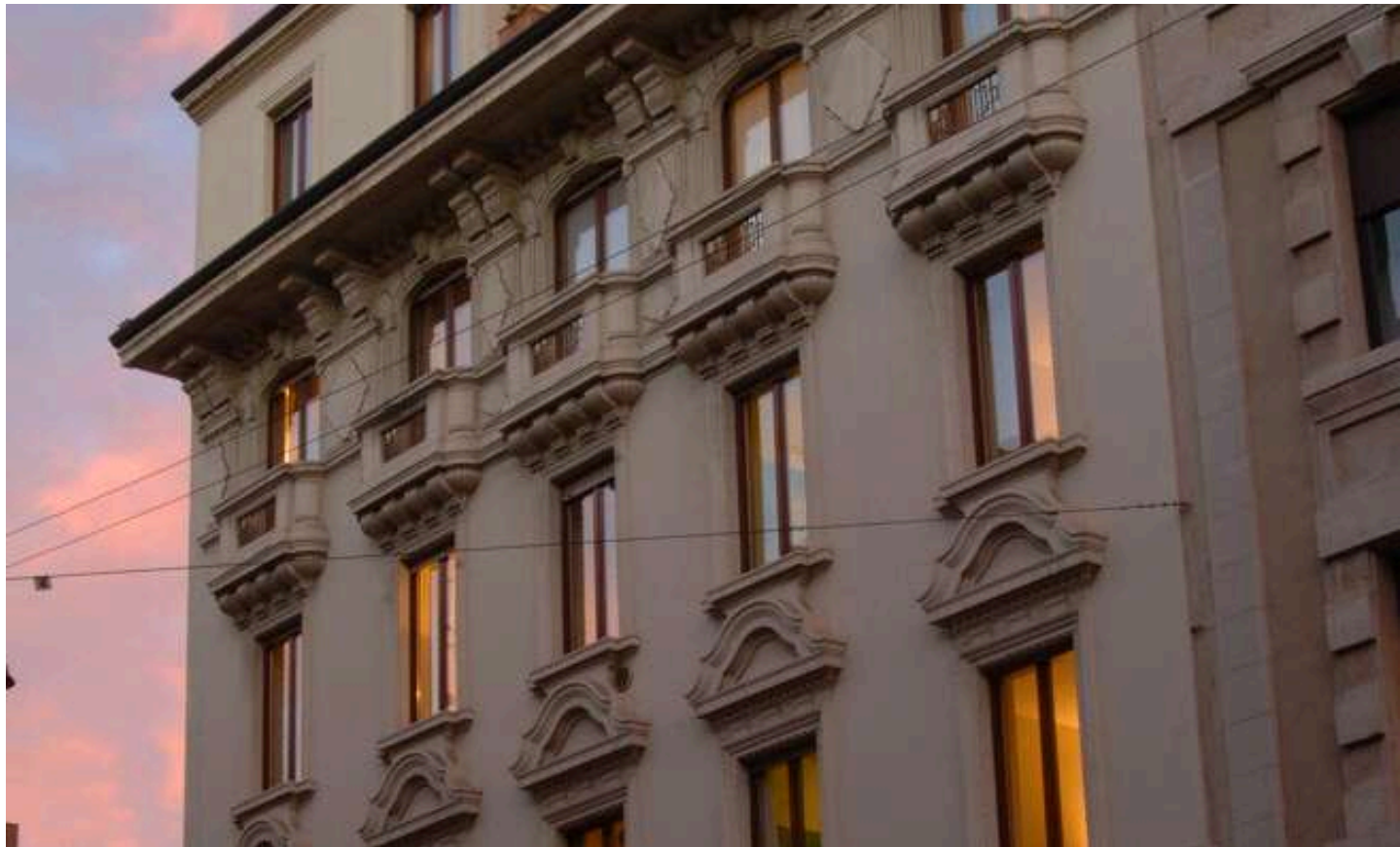
Nel comparto intermedio, che comprende immobili con valori compresi tra 1 e 3 milioni di euro ed è alimentato quasi esclusivamente dalla domanda nazionale, i volumi di compravendita si prospettano piuttosto stabili, con una possibile contrazione legata principalmente al clima geopolitico-economico.

Anche una parte della fascia Top (3-6 milioni), legata alla domanda nazionale, potrebbe risentire di queste incertezze, mentre la componente straniera attratta dai benefici fiscali ne resta sostanzialmente esclusa. Da considerare che il blocco di molti cantieri, dovuto alle note vicende giudiziarie, continuerà a ridurre l'offerta di nuove abitazioni. La domanda sarà quindi costretta a rivolgersi al solo mercato secondario, con possibili effetti positivi sulle transazioni, a patto che l'offerta risulti adeguata.

L'andamento del segmento Lusso, (immobili oltre i 6 milioni), che ragionevolmente continuerà a beneficiare della domanda internazionale, dipenderà prioritariamente dalla disponibilità di un'offerta di qualità. Ulteriori incrementi nei prezzi richiesti appaiono probabili, ma considerato il numero limitato di transazioni nel segmento, tali incrementi non modificheranno le medie generali. Considerando il quadro complessivo, anche nel secondo semestre il fattore chiave che influirà sull'andamento del mercato sarà la disponibilità di residenze di qualità.



PREVISIONI DEL MERCATO DELLA COMPRAVENDITA PER IL II SEMESTRE 2025				
Zona urbana	Domanda	Offerta	Numero di compravendite	Prezzi di compravendita
Quadrilatero	↔/↑	↓	↔/↓	↔/↑
Centro storico	↔/↓	↔/↑	↔	↔
Brera-Garibaldi	↔/↑	↔/↓	↔	↔/↑
Magenta	↔/↑	↔/↓	↔	↔/↑
Venezia-Duse	↔/↑	↓	↓	↔/↑
Altre zone	↔/↓	↔/↑	↔	↔
Media	↔	↔/↓	↔/↓	↔/↑



LE LOCAZIONI

DOMANDA E OFFERTA

Nel corso del semestre la domanda di abitazioni in locazione si è assestata o ridotta in tutte le fasce: Media (40-90.000 euro oltre spese), Top (90-170.000 oltre spese) e Lusso (€ 170.000+ oltre spese).

Il mercato delle due fasce superiori è alimentato sia dalla domanda diretta proveniente in larga maggioranza da stranieri e expat, sia dalla cosiddetta “domanda ponte” ovvero da coloro che, impossibilitati a trovare una casa in acquisto, si rivolgono temporaneamente al mercato dell’affitto. Il numero complessivo dei richiedenti nel semestre è stato però inferiore rispetto ai due anni precedenti.

L’offerta di residenze di alto profilo estetico e con forte impatto scenico resta estremamente limitata, poiché gran parte delle soluzioni migliori è già stata intercettata da chi si è trasferito a Milano nel 2023 e 2024.

Anche nella fascia Media l’offerta si è ridotta e fatica a tenere il passo con la domanda - anche se questa risulta meno brillante che in passato. Di conseguenza, i canoni restano sotto pressione, pur in presenza di un numero minore di contratti firmati.

IL MERCATO DELLA LOCAZIONE DI ABITAZIONI DI PREGIO A MILANO (I SEMESTRE 2025)			
Zona urbana	Domanda	Offerta	Numero di locazioni
Quadrilatero	↔/↓	↓	↓
Centro storico	↔/↓	↔/↓	↔/↓
Brera-Garibaldi	↔	↔/↓	↔/↓
Magenta	↔/↓	↔/↓	↔/↓
Venezia-Duse	↔	↓	↓
Altre zone	↔/↓	↔/↓	↔/↓
Media	↔/↓	↔/↓	↔/↓



INDICE DI ASSORBIMENTO

Nel semestre appena concluso il peso delle locazioni sul totale dell’offerta ha registrato una **contrazione diffusa su tutte le aree monitorate, con un arretramento medio del 2%** che porta l’indice di assorbimento al 34,8%.

Il rallentamento riflette una **domanda meno frenetica nelle fasce più alte** e risente - in particolare nella fascia Media (40.000–90.000 € annui) - della poca attrattività di appartamenti ubicati in edifici non riqualificati, sempre meno appetibili per un’utenza selettiva e attenta alla qualità.

INDICE DI ASSORBIMENTO DEL MERCATO DELLA LOCAZIONE (percentuale di immobili locati sul totale degli immobili presenti sul mercato)										
	II sem 2020	I sem 2021	II sem 2021	I sem 2022	II sem 2022	I sem 2023	II sem 2023	I sem 2024	II sem 2024	I sem 2025
Media	30,2%	30,4%	30,5%	32,7%	32,9%	34,7%	35,5%	36,6%	36,8%	34,8%

TEMPI DI LOCAZIONE E SCONTI

Il **tempo medio necessario per affittare un immobile si è allungato** leggermente, arrivando a 4,2 mesi (+0,7). Parallelamente cresce **anche lo sconto sul canone richiesto, oggi al 5,8%** (+1,3% nel semestre), segnale di un’offerta complessiva che perde qualità.

TEMPI E SCONTI NEL MERCATO DELLE ABITAZIONI DI PREGIO A MILANO			
Semestre	Tempi medi di locazione	Tempi medi di giacenza degli immobili non locati	Divario canone richiesto/effettivo
	(mesi)	(mesi)	(in %)
I sem 2025	4,2	9,9	5,8
II sem 2024	3,5	9,6	4,5

Per le abitazioni della fascia Media se il contratto non viene chiuso entro 3-4 mesi, la riduzione del canone può superare il 10%. **Cresce infine il tempo medio di giacenza degli appartamenti vuoti** che si allunga sensibilmente, sfiorando ormai i 10 mesi.



CANONI

I valori degli affitti proseguono lungo una traiettoria di crescita contenuta, segnando nel primo trimestre 2025 **un incremento medio dello 0,46%**.

I **Top rents**, ossia il canone massimo al mq di una singola abitazione, hanno raggiunto soglie eccezionali: oltre 700 euro in tutta Milano, con punte record fino a 1.100 euro nel Quadrilatero.

A sostenere questa dinamica sono la **scarsità dell’offerta**, la presenza sul mercato di tenant internazionali, già abituati a corrispondere importi simili nei loro mercati e ovviamente il livello qualitativo eccezionale delle residenze in questione.

Come sempre, dalla rilevazione restano escluse le locazioni short e mid-term, gestite da operatori specializzati i cui canoni non risultano direttamente confrontabili con i contratti tradizionali 4+4, anche in quanto comprensivi delle spese di gestione.

CANONI RICHIESTI (1) DI ABITAZIONI DI PREGIO A MILANO (I SEMESTRE 2025) (€/mq/anno)				
	Canone medio minimo (2)	Canone medio (4)	Canone medio massimo (3)	Top rents (5)
Media ponderata	241	311	399	
Var. % semestrale	0,41%	0,46%	0,54%	

(1) I valori della tavola sono calcolati sulla base del prezzo richiesto sia per gli immobili locati sia per gli immobili in carico.
(2) Canone medio delle unità abitative di prestigio che hanno un canone di locazione inferiore al primo quartile della distribuzione dei canoni degli immobili.
(3) Canone medio delle unità abitative di prestigio che hanno un canone di locazione superiore al terzo quartile della distribuzione dei prezzi al mq degli immobili.
(4) Canone medio delle unità abitative di prestigio.
(5) Canone massimo registrato nel semestre.



CONDUTTORI STRANIERI

Gli inquilini internazionali rappresentano oggi circa un terzo della domanda complessiva. Nel segmento Lusso, che riguarda residenze oltre i 300 m², la presenza di stranieri ed expat rientrati in Italia è ormai quasi esclusiva.

PREVISIONI

La domanda di locazioni dovrebbe assestarsi sui livelli attuali, a meno che non ci sia una nuova impennata delle richieste collegate alla flat tax. Il settore continuerà a essere l'approdo di chi cerca un'abitazione temporanea in attesa di concludere l'acquisto. Tuttavia, **l'offerta limitata continuerà a frenare il numero effettivo di contratti**, soprattutto nella fascia più alta del mercato. Sul fronte dei canoni, ci si attende un proseguimento del trend di crescita moderata, senza accelerazioni improvvise ma con valori medi in costante progressione.

PREVISIONI DEL MERCATO DELLA LOCAZIONE PER IL II SEMESTRE 2025				
Zona Urbana	Domanda	Offerta	Numero di locazioni	Canoni di locazione
Quadrilatero	↔/↑	↓	↓	↔
Centro storico	↔	↔	↔	↔/↓
Brera-Garibaldi	↔/↑	↔/↓	↔/↓	↔
Magenta	↔/↑	↔/↓	↔/↓	↔
Venezia-Duse	↔/↑	↓	↓	↔
Altre zone	↔	↔	↔	↔/↓
Media	↔/↑	↔/↓	↔/↓	↔

NOTA METODOLOGICA

L'Osservatorio sulle residenze esclusive (ORE) nasce da un'idea di Tirelli & Partners, società attiva nell'intermediazione e nella consulenza immobiliare nel segmento residenziale più pregiato del mercato.

Considerato che il segmento più esclusivo del mercato delle abitazioni presenta caratteristiche e andamenti molto diversi dal mercato residenziale in generale, l'intento dell'ORE è quello di fornire informazioni semestrali su andamenti, valori e quantità provenienti dalla quotidiana esperienza di Tirelli & Partners, società specializzata nella nicchia degli immobili di prestigio.

Nel corso del semestre oggetto dell'analisi congiunturale, vengono raccolte le informazioni quali-quantitative sul mercato, basandosi sulle transazioni effettuate e su altre fonti interne. Tutte le informazioni sono elaborate statisticamente e organizzate per sintetizzare i dati e le tendenze sottostanti.

Per individuare l'ambito di osservazione sono stati stabiliti alcuni criteri che concorrono a definire ciò che l'ORE considera come "residenza esclusiva":

1. Abitazioni il cui valore di **compravendita** al mq è maggiore di **7.000 euro** o il cui valore complessivo è superiore a **1.000.000 euro**;
2. Abitazioni con superficie minima di 50 mq, il cui canone di **locazione** è superiore ai **200 euro** al mq per anno o il cui canone annuo complessivo è maggiore di **40.000 euro**;

3. Le zone oggetto di studio sono le seguenti:

- Quadrilatero,
- Centro Storico
- Brera – Garibaldi
- Magenta
- Venezia – Duse - Giardini – Manin
- Altre Zone.

Tra le diverse zone urbane classificate come di pregio è stata inserita anche la denominazione Altre Zone, per indicare quelle situazioni di mercato che, pur non essendo situate nelle zone individuate, possiedono comunque i requisiti 1 e 2.

È opportuno chiarire che sotto l'univoca denominazione "residenze esclusive" si devono identificare almeno due differenti categorie, con mercati e tendenze potenzialmente differenti tra di loro.

Da un lato esistono le unità immobiliari con profilo altissimo, residenze di grandi e grandissime dimensioni (da 250 mq in su), ricercate da una ristrettissima fascia di utilizzatori; dall'altra le unità immobiliari che, pur rientrando nella denominazione "esclusiva", per dimensioni e costo, sono accessibili a una fascia di utenti più ampia.

Per comodità espositiva ci si riferisce al primo segmento con l'aggettivo "top", mentre al secondo con quello "medio". Sotto il profilo statistico il peso del secondo segmento è assai più rilevante di quello del primo.

Tirelli & Partners Srl Società Benefit

Via Giacomo Leopardi, 2 - 20123, Milano | +39 02 80 51 673

info@tirelliandpartners.pro | www.tirelliandpartners.com

