



Rai - Rai: confermata leadership nel prime time e intera giornata

Roma - 07 ago 2025 (Prima Pagina News) I risultati del primo trimestre dell'Osservatorio comunicazioni AgCom.

AgCom conferma l'ottima salute del Servizio pubblico. È quanto emerge dall'Osservatorio Comunicazioni dell'Authority relativamente ai primi 3 mesi del 2025. Nel prime time, infatti, la Rai si conferma il principale editore televisivo facendo registrare, nel primo trimestre ascolti pari a 8,4 milioni (40,6% di share) e un andamento in crescita rispetto allo stesso periodo del 2024 (+2%) che si riflette sullo share (+1,4 punti percentuali), accrescendo il distacco rispetto al suo principale competitor. Per quanto riguarda l'intera giornata si profila un andamento analogo con Rai sempre al primo posto con 3,4 milioni di telespettatori e il 38% di share. Quanto ai principali canali importante il contributo della rete ammiraglia Rai sul totale degli ascolti fatti registrare nel prime time: Rai 1 ha raggiunto 5,5 milioni medi di telespettatori (con il 26,8% di share in crescita di 2,3 punti percentuali rispetto allo stesso periodo del 2024). In aumento anche Rai 2 che ha ottenuto 844mila telespettatori medi (pari al 4,1% del pubblico complessivo; + 0,2 punti percentuali). Sostanzialmente stabile Rai 3 che nel primo trimestre del 2025 ottiene 1,1 milioni di telespettatori e una share del 5,4% (con una contrazione di 0,1 punti percentuali). Da sottolineare anche il contributo che Rai in qualità di servizio pubblico dedica a eventi e ricorrenze importanti, come ieri in occasione degli 80 anni da Hiroshima e Nagasaki, in cui Rai 5 ha trasmesso una puntata speciale di Ulisse di Alberto Angela che ha fatto segnare in prima serata il record per il Canale culturale con il 3% di share e 392 mila telespettatori. La puntata andata in onda ieri è il primo dei due appuntamenti di Rai 5 con Ulisse, che tornerà la prossima settimana, mercoledì 13 agosto, con la puntata speciale dedicata a Piero Angela.

(Prima Pagina News) Giovedì 07 Agosto 2025