

Madrid, 25 de junio de 2019

Nace Uppers, nuevo medio digital para los mayores de 45, la generación de la experiencia

- **Uppers.es apuesta por contenidos exclusivos sobre viajes, motor, estilo de vida, gastronomía, sexo, psicología, vida sana, cultura, deporte, economía y ocio en general... siempre con la experiencia y la madurez como guías.**
- **La dirección comercial digital de Publiespaña suma así a su portfolio de soportes online un nuevo desarrollo diseñado para satisfacer la demanda de información online de uno de los perfiles más demandados por los anunciantes.**

Una nueva enseña digital se suma hoy a la oferta de Mediaset España: **Uppers**, un **nuevo medio online del grupo destinado a satisfacer la demanda de contenidos e información de mayores de 45 años**, un público interesado en *lifestyle*, tendencias, motor, viajes, tecnología, deporte, vida sana y gastronomía, entre otras temáticas, altamente demandado por los anunciantes por su perfil comercial.

Temas exclusivos elaborados por la redacción del medio, una red de colaboradores que irá creciendo en las próximas semanas, una estética muy cuidada y una presencia diferencial en redes sociales, con carácter y contenido genuino, son los **elementos distintivos** de www.uppers.es.

Ana Bueno, directora de Contenidos Nativos Digitales de Mediaset España, afirma que “Uppers, nuestro nuevo medio digital, nace del momento sociodemográfico que nos toca vivir: la pirámide poblacional se invierte, cada vez vivimos más y mejor. La generación *Upper*, la de la experiencia, disfruta y se cuida a la vez. Los datos sobre los mayores de 45 nos avalan: los *Uppers* son tecnológicos y digitales (el 84,7% usa *smartphone* y 9 de cada 10 compran por internet), siguen trabajando y aprendiendo, salen, viajan, consumen, se sienten felices (el 79,9%), optimistas (77,7%) y practican deporte (cada vez más, un 34,7% frente al 27,5% de hace sólo cuatro años). Esta vez, un medio digital que no busca *millennials*”.

Con Uppers la compañía busca completar su carta de contenidos y oferta para las marcas, al tiempo que pretende despertar el interés sobre los usuarios de mediana edad, con inquietudes compartidas por hombres y mujeres.

Alfonso Pérez Teijeiro, director comercial de Medios Digitales de Mediaset España, explica que “Uppers es una propuesta muy potente por parte de Mediaset para lanzar un medio nativo digital, dirigido a un *target* con gran potencial comercial. El objetivo es alcanzar un volumen cuantitativo de audiencia y cualitativo de prescripción e influencia, que convierta a Uppers en un soporte que habilita la mejor oferta comercial para nuestros anunciantes, en términos de *branding* y *performance*”.

Uppers, donde la experiencia importa

“Si tienes más de 45 años y te interesa viajar, los *gadgets*, el motor, entrenar, tu familia, la música, estar guapo, la gastronomía, dormir bien, internet, tu vivienda, las series, la ecología, el futuro de tu herencia, el buen vino, todo lo que tiene ruedas, el sexo y la tecnología... Uppers es para ti”. Esta es la premisa sobre la que se asienta el nuevo medio digital de Mediaset España, presente en las redes sociales a través de sus perfiles oficiales en Instagram (@upperslife), Facebook (UppersLifeMediaset) y Twitter (@Uppers_Life) y que hoy debuta en el universo digital con el *hashtag* #porfinUppers.

Los sueños, inquietudes y valores de los *uppers* se muestran en [este vídeo](#), narrado por Jose Coronado.

En Uppers, la experiencia importa tanto como la información y el entretenimiento. Por ello, cuenta con **diversas secciones** donde los lectores y usuarios podrán acceder a un escogido abanico de contenidos: ‘**Vivir**’, puerta abierta al *lifestyle* de la gente con experiencia; ‘**Cuidarte**’, apartado que pondrá al descubierto los secretos de la *mens sana in corpore sano*; ‘**Dinero**’, con ideas y novedades en materia de ahorro, jubilación, inversión...; ‘**Ruedas**’, para los apasionados del mundo del motor; y ‘**Evolución**’, que mostrará cómo cultivar otros importantes aspectos de la vida. Además, Uppers.es incluye información curiosa y útil relacionada con el ámbito laboral, legal, doméstico y de ocio.

Decálogo Upper

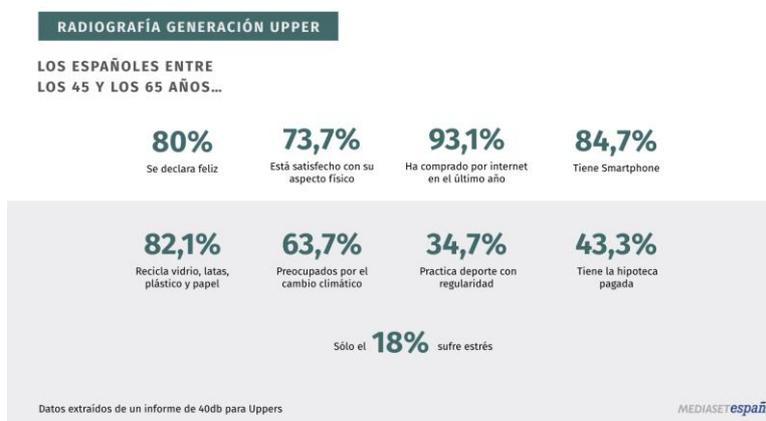
El nuevo medio de comunicación segmentado de Mediaset España nace con una clara filosofía resumida en las diez máximas que incluye su decálogo:

1. Disfruta. No hay mandamiento más *Upper* que pasarlo bien
2. Escucha tus deseos. Porque sí, ha llegado el momento de hacer lo que te dé la gana
3. Di lo que piensas. La edad del postureo quedó atrás
4. Celébrate. Ese viaje, esa moto, ese restaurante... La respuesta es sí
5. Cultívate. Lee, escucha, crea, aprende. Tu cerebro está en su mejor momento
6. Ten más sexo. Más y mejor
7. *Slow life*. Porque sabes que llegarás más lejos sin prisas
8. Atrévete. Porque tus ideas ya no son locas. Emprende, arriesga

9. Sé generoso. Porque sabes más que muchos. Te toca compartir, no comparar
10. Crea tus propios mandamientos. Si de verdad eres Upper, ya sabes que esto es una broma... Tus mandamientos los escribes tú

La generación Upper

Un 46,2% de la población en España tiene entre 45 y 65 años, un 33,3% de ellos pertenecen a la clase social alta y media-alta. Ellos conforman la 'generación Upper', un grupo que según el Estudio Mikroskopia de 40db* se declara mayoritariamente feliz,



vive satisfecho con su aspecto físico (73,7%); se interesa por la moda y el cuidado personal; preocupados por el reciclaje, el cambio climático, entre otras cuestiones; y casi en su mayoría -el 43,3% de ellos-, ya están liberados del pago de hipoteca, lo que les permite gozar de un elevado poder adquisitivo que se traduce en un consumo sostenido de marcas y productos que les confiere un valor extraordinario para anunciantes de un amplio abanico de sectores. Por otra parte, un 78% de los *uppers* lee habitual y ocasionalmente libros, novelas y ensayos y también están atentos a los avances de la tecnología, como un 75,4% de ellos, que reconoce que internet les hace la vida más fácil y les ahorra tiempo.

Los *Upper* se encuentran en una etapa vital en la que han superado muchos hitos y afrontan la vida adulta con más holgura, optimismo, felicidad y relax: el tiempo libre y los suyos son imprescindibles. Un 79,9% de ellos se declara feliz y un 77,7% optimista.

Activos en Internet (el 93,1% de ellos ha realizado compras por *e-commerce*) y redes sociales y amantes de las nuevas tecnologías, se definen como satisfechos, decididos, exigentes, críticos, comprometidos y sin complejos.

*** El Estudio Mikroskopia de 40db se basa en una macroencuesta online anual de 8.500 entrevistas online a población general de 18 a 65 años residente en España. En 2019 ha lanzado su quinta edición con un acumulado de más de 42.000 entrevistas, utilizando una novedosa técnica estadística para el análisis más de 2.000 atributos.**