

Madrid, 11 de octubre de 2019

Uppers presenta sus contenidos en ‘60 y Mucho Más’, la primera feria dedicada a los seniors que desean vivir más y mejor

El nuevo medio digital de Mediaset España para los mayores de 45 años acude a esta feria con un *stand* para dar a conocer a los asistentes su apuesta por el target adulto, al que ofrece en su web contenidos exclusivos sobre viajes, motor, estilo de vida, gastronomía, sexo, psicología, vida sana, cultura, deporte, economía y ocio en general

Ana Bueno, directora de Contenidos Digitales de Mediaset España: *‘Uppers nace del momento sociodemográfico que nos toca vivir: la pirámide poblacional se invierte y cada vez vivimos más y mejor’*

Uppers, la nueva enseña digital de Mediaset España **destinada a satisfacer la demanda de contenidos e información de los mayores de 45 años**, presenta desde hoy su oferta en ‘60 y Mucho Más’, la primera feria integral dedicada a los seniors que hasta el próximo domingo se celebra en el madrileño Pabellón de Cristal de la Casa de Campo.

La nueva web de Mediaset España tiene presencia activa en este evento destinado a dar a conocer las nuevas tendencias en uno de los sectores de mayor demanda comercial por parte de los anunciantes, acceder a ofertas exclusivas y debatir sobre la presencia de los mayores en los medios de comunicación a través de una serie de mesas redondas en las que ha participado Uppers junto a portavoces de medios de comunicación como Servimedia, Onda Madrid y RNE, con el periodista y presentador Roberto Arce como moderador.

Ana Bueno, directora de Contenidos Nativos Digitales de Mediaset España, ha explicado que *‘Uppers nace del momento sociodemográfico que nos toca vivir: la pirámide poblacional se invierte y 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. Ha habido durante muchos años obsesión por llegar a los jóvenes y los millennials. Sin embargo, la pirámide poblacional se está invirtiendo, cada vez hay más población mayor de 50 años y cada vez es un perfil más digital, de ahí que hayamos lanzado Uppers, un nuevo medio dedicado a ellos. Es un perfil cada vez más*

activo, más saludable, más tecnológico, más deportista. Es un target que ha cambiado, que está liberado, que desea disfrutar y ser feliz, que desea empoderar su edad y su experiencia, porque no estamos nada de acuerdo con que los 50 sean los nuevos 30: los 50 son los nuevos 50, los 60 son los nuevos 60 y los 70 son los nuevos 70. Porque todo ha cambiado y Uppers acompaña este cambio’.

Por su parte, **Roberto Arce** ha manifestado que en su opinión *‘hablamos de los mayores como los abuelos, los jubilados, los pensionistas, términos en general poco atractivos. Y sin embargo, para los jóvenes cada década tiene una letra: la generación X, generación Z, los millennials... lo que nos lleva a pensar que es momento de hablar con más propiedad de los mayores, hay que renombrarlos, poner en valor la experiencia y los nuevos tiempos, y en esto los medios de comunicación tenemos mucho por hacer, rompiendo prejuicios y estereotipos, mostrando la realidad de estas personas tal cual es. Por esto estoy tan feliz de colaborar en Uppers, para defender el colectivo de la gente mayor y aportar mi granito de arena a esta causa’.*

Un stand donde la experiencia importa

La web de Mediaset España dispone en ‘60 y Mucho Más’ de un stand propio en el que los visitantes pueden sumergirse a través de diferentes opciones participativas en un universo donde la experiencia importa, así como conocer el papel y la utilidad de las redes sociales, donde está presente a través de sus **perfiles oficiales en Instagram (@upperslife), Facebook (UppersLifeMediaset) y Twitter (@Uppers_Life).**

Uppers apuesta por contenidos exclusivos sobre **viajes, motor, estilo de vida, gastronomía, sexo, psicología, vida sana, cultura, deporte, economía y ocio en general.** Para ello, cuenta con **diversas secciones** como ‘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.

Este abanico de temas se aborda a través de reportajes exclusivos elaborados por la redacción de Uppers, que cuenta a su vez con una red de colaboradores y una estética muy cuidada en redes sociales, con carácter y contenido genuino.

Decálogo Upper

El nuevo medio de comunicación segmentado de Mediaset España cuenta 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 de más de 2.000 atributos.**