

PRONOVIAS
BARCELONA



COLIN COWIE
ColinCowieWeddings.com



TAMSEN FADAL

Imágenes del primer capítulo. De izquierda a derecha, Elise Rosenblum, experta en moda nupcial de la firma Pronovias, conversa con Colin Cowie, un destacado planificador de bodas. Al

lado, Ivanka Trump, diseñadora de joyas, aconseja sobre esta materia. Y por último, Tamsen Fadal, la presentadora de la serie de cinco capítulos *On the white carpet*

Más allá del “sí, quiero”

La NBC estrena en Estados Unidos una serie sobre bodas que promueve Pronovias-Barcelona

FRANCESC PEIRÓN
Nueva York
Corresponsal



Desfilas por la alfombra roja se asocia al aroma de Hollywood. Simboliza el glamur de las *celebrities*, siempre iluminadas por los flashes de las cámaras, rodeadas de paparazzi, que pueden molestar en ocasiones, pero que aportan la sensación al que los sufre de ser importante.

Bajo esta inspiración y en su difusión por los canales de cable, la NBC estrenó anoche un programa en Estados Unidos, en la franja de *prime time* en la costa este (20.30 horas), que reinventa esa magia y emoción para las parejas que contraen matrimonio.

Así se explica el título de *On the white carpet*, en la alfombra blanca. Esta serie de cinco capítulos ha impulsado la rama estadounidense de Pronovias-Barcelona para informar y ayudar a las parejas en la organización de su celebración, en un país donde muchos aspiran a disfrutar de una boda de película. O de ser *celebrities* por un día. La primera emisión propició ayer una fiesta en la tienda bandera de esta marca en Nueva York, en la calle 52 junto a la avenida Madison.

Los avatares que supone contraer matrimonio ya han tenido y tienen otros programas en las cadenas de EE.UU. La característica común de todos es su formato de reality show. La marca catalana ha buscado, sin embargo, un enfoque original que huya del realismo impostado. Su inspiración es el reportaje. La realización la firma AUG, productora galardonada con varios Emmy.

“Por nuestra vocación de empresa líder en el este sector, hemos hecho un programa innovador que informe sobre las tendencias”, explica Pere Brugal, director de ventas de Pronovias para América.

El vestido, siendo *es la*



La tienda en Nueva York, escenario de la fiesta, y un diseño de la nueva colección

promotora, juega un papel relevante. El relato les permite promocionar su nueva colección para el 2013. Pero el asunto televisivo, cuya cobertura alcanza una potencial audiencia de 45 millones de hogares, trasciende al vestuario, subraya Brugal. En este trabajo se afrontan todas las cuestiones, desde la petición de mano a la luna de miel. Pese a la referencia hollywoodiense, el camino que se han marcado es el de

de celebraciones. El 40% de las peticiones de mano se producen entre Acción de Gracias (a finales de noviembre) a San Valentín. La temporada alta de venta de vestidos se registra entre mediados de enero y abril.

La boda va más allá del “sí, quiero”. Esta expresión, en verdad, no es más que una excusa en la mayoría de ocasiones. El envoltorio no sólo importa, sino que es esencial. Sin él, como muchos reconocen, ¿para qué casarse? En Estados Unidos se celebran 2,2 millones de bodas al año, de las que 1,4 millones responden al estribillo clásico del “blanca y radiante va la novia”.



ofrecer soluciones accesibles, a firma Lluís Solé, otro de los responsables de la firma.

Cada entrega, que contará con la conducción de Tamsen Fadal y la presencia de la experta Elise Rosenblum, se centrará en un aspecto del evento. A partir de este hilo aparecerán diversos invitados, como Ivanka Trump por su diseños de joyas, o Colin Cowie, uno de los más insigues planificadores