

# MCB cru 2005



Le **MCB** nouvelle formule se tiendra **les 17, 18 et 19 septembre à la Porte de Versailles** à Paris. Outre les dates et

le lieu (qui double la surface brute du salon, soit 40 000 mètres carrés), de nombreuses nouveautés et innovations attendent les visiteurs.

## **BONNE NOUVELLE**

Le tarif d'entrée passe de 55 € pour une journée à 55 € pour les trois jours. Et jusqu'au 1<sup>er</sup> septembre : 30 € les trois jours (préventes par courrier et sur Internet). D'autre part, le MCB confirme sa volonté d'expansion à la beauté globale (maquillage, mise en beauté, mariages, spa...) et d'ouverture sur le monde, notamment avec la présence de coiffeurs venus des quatre coins du globe, mais aussi à

travers les exposants. Ces derniers pourront proposer des shows sur leurs stands, mais surtout profiter des nouvelles dates pour lancer leurs nouveautés. C'est dans cet esprit que la Haute Coiffure Française présentera ses nouvelles lignes automne-hiver.

## **PÔLE BUSINESS**

Pour optimiser la visite, dès l'entrée du Hall 3, un parcours a été mis au point par thèmes pour s'y retrouver dans le flot des exposants. Un forum carrières et emplois permettra de consulter toutes les offres d'emplois et d'obtenir les recommandations pour réussir un entretien d'embauche. Une belle place sera aussi consacrée à la formation via la Classroom. Tous les renseignements nécessaires à la création et à la transmission d'entreprises (assurance, financement, juridique...) seront disponibles à l'Espace Conseil.

Enfin, un parcours multisensoriel et interactif pour donner des idées d'aménagement, appelé Bulle d'Hair, promet déjà de belles surprises.

## **PÔLE ARTISTIQUE**

Le Hall 4 sera réservé aux produits capillaires et à l'artistique avec une grande scène de shows de 1 500 places, deux ateliers techniques de 400 places et l'espace concours. Un podium black beauty et un stand ethnique seront à découvrir, tout comme l'atelier Total Look Mariage. Au 10 mai, 60 % des exposants ont déjà répondu présents et confirmé leur venue. Et, pour les quatre grands du GDC, chacun semble avoir admis l'omniprésence de L'Oréal.

Site Internet : [www.salonmcb.com](http://www.salonmcb.com)