

# Apple ouvre sa première boutique à Paris

Avec 276 magasins à travers le monde, il manquait à Apple une assise en France. C'est désormais chose faite avec l'ouverture, demain, d'un nouveau magasin, intégralement dédié à la marque à la pomme, au carrousel du Louvre. Une stratégie gagnante puisque ces **Apple Store représentent 18 % du chiffre d'affaires d'Apple**.

C'est à deux pas des grands maîtres et de la pyramide du Louvre qu'Apple a décidé de s'implanter en France. Le 33e magasin en Europe arrive donc dans la droite ligne de la stratégie de vente d'Apple. Selon des chiffres avancés par *La Tribune*, **le réseau de boutiques a rapporté au groupe 6,6 milliards de dollars** (4,4 milliards d'euros) sur l'exercice 2008-2009. A la loupe, ce chiffre représente la somme de 24 millions de dollars par boutique. De quoi rentabiliser l'opération rapidement...

Apple n'amuse donc pas la galerie (ni du Louvre d'ailleurs) en investissant les 715 mètres carrés des deux étages du musée. Pour autant ces bons résultats ne masquent pas certains **points plus noirs sur les ventes de la pomme**.

*Les Echos* rapportent que l'iPhone fait des **débuts laborieux en Chine**. Un marché qui, à l'image du Japon, ne se rue pas sur les produits Apple. Depuis vendredi dernier, le [seul opérateur](#) autorisé à vendre l'iPhone, China Unicom, n'a vendu **que 5.000 iPhones**. Sur un marché de 720 millions de détenteurs de téléphones portables, le résultat fait tâche. Même si, selon certains chiffres, 2 millions de chinois se seraient déjà procuré l'appareil sans attendre le tampon de Pékin, ce faible niveau des ventes n'est pas rassurant.