

MARCHÉ

Georges De Jonckheere | FONDATEUR DE LA GALERIE GEORGES DE JONCKHEERE

«NOTRE MAISON MÉRITE UNE ENSEIGNE DANS LE QUARTIER DES GALERIES DE PARIS»

De retour à Paris pour ses 50 ans, la galerie y réinstalle ses maîtres anciens. Son fondateur évoque ce retour, et analyse la dynamique du marché

ENTRETIEN

Fondée à Bruxelles en 1976 par Georges De Jonckheere, la galerie est spécialisée dans la peinture flamande, hollandaise et européenne du XV^e au XVII^e siècles. Elle ouvre une adresse parisienne dès 1983, avant de s'installer également à Genève en 2011. Après avoir quitté Paris, il y a dix ans, elle revient aujourd'hui au 65, rue du Faubourg-Saint-Honoré. Aujourd'hui, la maison fonctionne autour de Georges De Jonckheere, de son frère François, de sa fille Laura et d'une équipe répartie entre Genève et désormais Paris.

Dix ans après avoir quitté Paris, pourquoi avoir décidé d'y revenir ? Il y a plusieurs raisons à notre départ, il y a dix ans. Nos activités s'étaient beaucoup développées à l'international, à travers les salons devenus prioritaires. La galerie était moins visitée, je n'habitais plus Paris et le Faubourg-Saint-Honoré n'avait plus l'activité et l'entrain d'autrefois. À Genève, l'activité fonctionnait et les clients importants, les art advisors venaient nous y rencontrer : nous avons eu le sentiment que Paris n'était plus indispensable.

Notre retour est une conjonction de choses, un instinct et un anniversaire. Nous ne cherchions pas de galerie. Mais, en visitant les expositions, j'ai vu le quartier de Matignon et du Faubourg-Saint-Honoré reprendre de la consistance. Puis j'ai visité ce local qui m'a conquis par son ampleur et ses possibilités d'exposition. Notre maison, qui a 50 ans cette année, mérite, je crois, une enseigne dans ce qui est devenu le quartier des galeries à Paris.

Vous revenez dans un quartier très marqué par l'art moderne et contemporain. Est-ce aussi une manière d'affirmer la place des maîtres anciens ? La confrontation ne me fait pas peur. J'estime ces galeries, qui ont fait l'aura de ce quartier. Une sélection plus large, qui remonte davantage dans le temps, ne peut être que positive, d'autant qu'aujourd'hui, l'art ancien, notamment les pièces exceptionnelles, est très recherché.

Justement, comment le marché de la peinture ancienne a-t-il évolué ? Nous avons connu, depuis quinze ou vingt ans, une certaine désaffection des nouveaux collectionneurs, qui allaient davantage vers l'art

contemporain ou moderne. Notre maison, étant internationale et travaillant également avec les musées, a pu continuer son activité avec des pièces particulières, susceptibles d'intéresser des collectionneurs de très haut niveau. Nous avons passé ces années difficiles où le courant n'était pas avec nous.

Aujourd'hui, le courant est beaucoup plus favorable aux œuvres anciennes. On le voit avec certains records aux enchères, les expositions très visitées, et le nombre de nouveaux collectionneurs et d'art advisors qui recherchent des pièces de haut niveau.

Contrairement à la production contemporaine ou moderne, les œuvres anciennes sont uniques et la grande majorité se trouve déjà dans des musées. La possibilité d'acquérir une œuvre importante, voire un chef-d'œuvre du XVI^e ou du XVII^e siècle, est un privilège exceptionnel. Cette rareté, combinée à un regain de goût et de connaissance, explique selon moi ce renouveau d'intérêt.

Comment ont évolué les prix ces dix dernières années ? Les prix des œuvres importantes, par leur sujet,

leur auteur, leur qualité ou leur état de conservation, ont sensiblement augmenté ; elles sont aujourd'hui beaucoup plus recherchées. En revanche, les œuvres plus décoratives, les tableaux d'atelier ou de suiveurs n'ont pas connu la même évolution et sont devenus plus difficiles à négocier. Nous avons progressivement cessé de renouveler ce stock pour nous concentrer sur des œuvres et des artistes importants dans l'histoire de l'art. Cela dit, le courant plus favorable à la peinture ancienne pourrait aussi profiter à ces œuvres longtemps négligées.

La nouvelle génération achète-t-elle différemment ? Oui. Elle n'achète plus pour décorer, mais pour collectionner. Elle achète de façon plus intellectuelle, avec plus de recherche et d'informations. Ces collectionneurs, souvent conseillés par des art advisors, achètent de manière beaucoup plus circonspecte. Le coup de cœur existe toujours,

heureusement, mais les achats sont beaucoup plus réfléchis.

Comment les rôles se répartissent-ils au sein de la galerie ? Daisy Prevost-Marcilhacy s'occupe de la galerie de Paris et des clients internationaux. Mon frère François et moi nous occupons des achats et de la recherche des œuvres. Alice Frech, directrice adjointe, prend en charge l'étude des catalogues et les liens avec les conservateurs de musées et les experts. Ma fille, Laura, développe le réseau des art advisors et des nouveaux clients. Elle travaille entre Milan, où elle habite, Genève et Paris.

Comment allez-vous célébrer les 50 ans de la galerie ? Nous ouvrirons de façon soft pendant la réunion des marchands du Faubourg et de la rue Matignon, en octobre, puis nous présenterons vers le 15 novembre, la collection d'ouverture avec le livre qui retrace notre histoire.

● PROPOS RECUEILLIS PAR
MARIE POTARD



© Galerie De Jonckheere.



Le Messeplatz de Bâle, où se déroule chaque année Art Basel. © Art Basel.

LES BÉNÉFICES DE LA MAISON MÈRE D'ART BASEL EN PROGRESSION EN 2026 MAIS ENCORE LOIN DU RECORD

MCH a multiplié par 3,5 son bénéfice au premier semestre 2026, sans renouer avec les sommets des années Baselworld

Baselworld était encore l'un des principaux moteurs du groupe. Le premier semestre 2026 constitue néanmoins son meilleur premier semestre depuis 2018. Il ne préjuge pas pour autant du résultat annuel. MCH souligne que son activité est fortement saisonnière : en raison du calendrier des salons et du creux estival, le second semestre est structurellement moins contributif.

Art Basel porte la reprise

Art Basel occupe désormais une place centrale dans le redressement. MCH n'en publie pas les comptes séparés : ses résultats sont agrégés avec ceux des autres foires et événements dans la division Community Platforms, qui a généré 155 millions

CHF (164 millions d'euros) de recette. Le groupe présente toutefois Art Basel comme sa principale source de résultats. Pour 2025, Le Journal des Arts estime que les activités de la marque pourraient représenter 110 à 150 millions CHF de recettes (117 à 159 millions d'euros), soit environ 25 à 35 % du chiffre d'affaires consolidé de MCH. Cette fourchette, non publiée par le groupe, reste une estimation ; le poids d'Art Basel dans les bénéfices est vraisemblablement supérieur. La première édition d'Art Basel Qatar figure d'ailleurs parmi les moteurs de la croissance du semestre.

Le reste de MCH repose notamment sur Exhibitions & Events, qui organise des salons comme «Swiss-

bau» et exploite les infrastructures de Bâle et Zurich, et sur Live Marketing Solutions. Cette dernière conçoit stands, espaces de marque et opérations événementielles à travers MC² aux États-Unis. MCH Global et Exponential. MCH a cédé le 27 août sa participation dans MC² Europe en Allemagne. L'opération devrait réduire de quelques millions de francs le chiffre d'affaires du second semestre, sans effet significatif, selon le groupe, sur son bénéfice.

Côté à la Bourse suisse, MCH a pour premier actionnaire Lupa Investment Holdings, lié à James Murdoch, avec 41,94 % du capital, devant le canton de Bâle-Ville, qui en détient 37,52 %.

● JEAN-CHRISTOPHE CASTELAIN

ENTREPRISE

Bâle (Suisse). Les comptes de la maison mère d'Art Basel poursuivent leur redressement. MCH Group a réalisé au premier semestre 2026 un bénéfice net de 18,6 millions de francs suisses (19,7 millions d'euros), contre 5,3 millions CHF (5,6 millions d'euros) un an plus tôt, tandis que le chiffre d'affaires

faites progresse de 12 %, à 248,8 millions CHF (263,6 millions d'euros). En six mois, le groupe a ainsi dégagé autant de bénéfice que sur l'ensemble de 2025.

Le niveau reste toutefois très inférieur au sommet de la décennie précédente. Au premier semestre 2014, MCH avait gagné 56,7 millions CHF (60,1 millions d'euros), puis 56,1 millions CHF (59,4 millions d'euros) en 2016. À l'époque,