

Sommaire

REMERCIEMENTS	11
PRÉFACE	13
Daniel ROCHE	
INTRODUCTION	19
PARTIE I – LA CULTURE MATÉRIELLE DES GUISE	31
Introduction	33
CHAPITRE 1	
« Un aspect de vue de prince » : le corps noble et sa parure	35
<i>L'incarnation de l'excellence</i>	36
<i>Forger le corps noble</i>	42
« Aussi à ce prince tout seyoit bien » :	
<i>vêtement et représentation aristocratique</i>	52
<i>Courtisan ou chevalier ? Chevaux et armes dans le paraître curial</i>	61
CHAPITRE 2	
À table avec les Guise	77
« De toutes sortes de viandes, de toutes sortes de fruits » :	
<i>essai de reconstitution de l'alimentation ducale</i>	77
<i>Le temps du repas</i>	91
CHAPITRE 3	
« Un chaisne parmi les autres arbres » : les ducs de Guise et leur suite	105
<i>La suite : une affaire d'honneur</i>	106
<i>Le train en marche</i>	108

CHAPITRE 4

« Pour ne connoître gueres d'autres plus belles maisons en ce royaume ni plus santantes ung grand prince » : les châteaux et palais des Guise	129
<i>Joinville ou La Bergerie : le berceau des Guise</i>	130
<i>L'hôtel de la rue du Chaume : « le Louvre des Guise »</i>	147
<i>Le château de Guise : forteresse ducale ou royale ?</i>	155
<i>Tour de France des autres résidences</i>	157

CHAPITRE 5

La « mise en beauté du pouvoir » des Guise	171
<i>L'ameublement</i>	172
<i>Entre trésor et collection : les objets précieux des Guise</i>	178
Conclusion	193

PARTIE II – LA FABRIQUE DU PARAÎTRE 195

Introduction	197
---------------------------	-----

CHAPITRE 6

Culture matérielle et « économie du pouvoir »	199
<i>« Despence de ce présent compte : et premierement... »</i>	200
<i>La crise de la dette des Guise</i>	209
<i>« Je ne parlerai pas même de la richesse de ces six frères »</i>	218

CHAPITRE 7

Les ruses du paraître	233
<i>Consommer en-dehors du marché</i>	233
<i>Réduire les coûts</i>	242

CHAPITRE 8

Géographie de l'approvisionnement ducal	253
<i>Les aires d'approvisionnement de la maison de Guise</i>	254
<i>Du producteur au consommateur : la grande odyssée des achats des Guise</i>	266

CHAPITRE 9

La consommation ducale comme interaction sociale	279
<i>Des relations clients/fournisseurs d'intensité variable</i>	280
<i>Acheteurs et experts : les intermédiaires dans la consommation ducale</i>	287
<i>Les Guise, maîtres de leur paraître ?</i>	299

Conclusion	311
-------------------------	-----