



**HAL**  
open science

# S’habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance. Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement - Introduction du dossier

Ingrid Houssaye Michienzi

► **To cite this version:**

Ingrid Houssaye Michienzi. S’habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance. Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement - Introduction du dossier. S’habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance. Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement, 64, pp.7-18, 2023, 10.4000/rives.9256 . halshs-04324725

**HAL Id: halshs-04324725**

**<https://shs.hal.science/halshs-04324725v1>**

Submitted on 5 Dec 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



S'habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance  
Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement

Sous la direction de  
Ingrid HOUSSAYE MICHIEZI

64 2023

**UP  
PUP  
P** Presses  
Universitaires  
de Provence

**Rives**  
méditerranéennes

# SOMMAIRE

## DOSSIER

### S'habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement

---

Ingrid Houssaye Michienzi <i>S'habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance. Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement – Introduction</i>	7
Juan Vicente García Marsilla <i>Imported fabrics and their social reach in Valencia and its kingdom (14th- 15th centuries)</i>	19
Ingrid Houssaye Michienzi <i>Des goûts et des couleurs. Textiles florentins sur les marchés maghrébins vers 1400</i>	33
Élodie Vigouroux <i>Des soieries et des hommes : vente et production d'étoffes précieuses à Damas à l'époque mamelouke (1260-1516)</i>	45
Agnès Pallini-Martin <i>Politique et choix vestimentaire à Florence à la fin du Moyen Âge : incursion dans la garde-robe d'un marchand banquier</i>	59
Mathieu Arnoux <i>Le manteau d'Arlotto. Vêtement et statut social (Florence, XV<sup>e</sup> siècle)</i>	71
Claire Soussen <i>Les vêtements des juifs dans les royaumes hispaniques : des marqueurs identitaires?</i>	83

## VARIA

D. Faget, F. Khamassi, H. Vermeren, J. Ben Souissi <i>Les pêcheries de Bahiret El Bibane : une histoire contemporaine des pêcheries tunisiennes</i>	105
Mehdi Jerad <i>Négociant un cérémonial au cours de la seconde moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle : le droit de battre pavillon suédois à Tunis (1764-1778)</i>	137

COMPTES RENDUS D'OUVRAGES	155
---------------------------	-----



# S'habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance

## Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement - Introduction<sup>1</sup>

Ingrid Houssaye Michienzi

CNRS, UMR 8167 Orient & Méditerranée

Dans la société médiévale le vêtement était souvent de fait, sinon de façon délibérée, un outil au service de la catégorisation des individus et des groupes. Le port de vêtements de formes et de couleurs spécifiques servait à l'identification<sup>2</sup>. En 1206, à Assise, Francesco Bernardone, fils de riche marchand drapier, se défaisait publiquement de son vêtement et le rendait à son père pour épouser une vie de pauvreté et d'itinérance. Cet habit, hérité de la profession paternelle, était identifié au train de vie aisé et dissipé qu'il avait mené jusqu'à ses vingt ans, puis à l'espérance d'une carrière militaire qui avait tourné court en raison notamment de sa mauvaise santé. S'en dépouiller marquait une volonté de rupture et de renoncement suite à la conversion de François et à son brutal changement de mode de vie et de pensée. Il reniait publiquement l'héritage familial tout en dénonçant une existence fondée sur l'appât du gain et l'enrichissement. L'habit rejeté constituait ainsi le symbole de cette vie de privilégié qu'il souhaitait abandonner. Le sac de toile noué d'une corde qu'il revêtait à la place, une pauvre vêtue, exprimait le don absolu de lui-même qu'il faisait à Dieu<sup>3</sup>. Cet épisode célèbre et fortement symbolique dénonçait la bourgeoisie marchande qui exhibait sa richesse au moyen de ses vêtements, devenus des marqueurs de réussite et d'ascension sociale. Au contraire l'habit franciscain tel que nous le

---

1 Je tiens à remercier chaleureusement Claire Soussen pour sa relecture attentive et ses conseils.

2 C'est un sujet qui a notamment été traité pour l'Antiquité tardive et le Haut Moyen Âge. Cf. François Chausson, Hervé Inglebert, dir., *Costume et société dans l'Antiquité et le haut Moyen Âge*, Paris, Picard, coll. « Textes, images et monuments de l'Antiquité au Haut Moyen Âge », 2003. Ces actes réunissent des contributions qui traitent différents aspects des fonctions sociales du vêtement.

3 Jean Lacroix, « L'aventure vestimentaire dans les écrits de saint François d'Assise et de ses disciples et épigones (xiii<sup>e</sup> siècle) », in CUEPMA Université de Provence (Centre d'Aix), *Le nu et le vêtu au Moyen Âge : xii<sup>e</sup>-xiii<sup>e</sup> siècles*, Aix-en-Provence, Presses universitaires de Provence, coll. « Senefiance », n° 47, 2001. Disponible en ligne : <<http://books.openedition.org/pup/2541>>.

connaissions et voulu par saint François était l'emblème du respect du vœu de pauvreté et de l'humilité prônés par les premiers disciples du Christ. Dans ces deux cas de figure, antinomiques, le paraître était associé à la façon d'être.

Ce dossier interroge en premier lieu le vêtement, envisagé dans un sens large, renvoyant à des constructions idéologiques et à une « culture des apparences<sup>4</sup> ». Si s'habiller désigne un acte consistant à se couvrir pour s'isoler du froid ou de la chaleur, et se distingue en ce sens de l'ornementation qui met l'accent sur les aspects esthétiques de l'attention pour le corps<sup>5</sup>, notre définition va bien au-delà de considérations purement physiologiques. Avant le texte fondateur de Roland Barthes paru dans les *Annales* en 1957<sup>6</sup>, il n'y avait pas à proprement parler d'histoire du vêtement, ce qu'il déplorait. En effet, à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle avaient fleuri les premières études scientifiques s'attachant davantage à dresser des inventaires ou des catalogues permettant de fournir une datation des costumes et de donner des éléments sur leur origine, dans le cadre plus général d'une étude sur l'évolution des modes. L'objectif était alors encyclopédique. Les connaissances sur la vie artistique et culturelle se développaient parallèlement, à travers l'analyse des productions textiles et des costumes, tout comme l'histoire des techniques de fabrication ou encore l'étude des textiles des civilisations anciennes par l'archéologie<sup>7</sup>. En 1930, John Carl Flügel, utilisant la symbolique freudienne et la psychanalyse, sortit le vêtement des fonctions liées à la protection, à la pudeur ou à la parure pour le faire accéder au statut de message et d'outil de communication<sup>8</sup>.

---

4 Daniel Roche, *La culture des apparences. Une histoire du vêtement (XVII<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle)*, Paris, Fayard, 1989.

5 Joanne B. Eicher, Mary E. Higgins, « Definition and Classification of Dress: Implication for an Analysis of Gender Roles, in Ruth Barnes, Joanne B. Eicher, dir., *Dress and Gender, Making and Meaning*, New York, Berg Publishers, 1992, p. 8-28.

6 Roland Barthes, « Histoire et sociologie du vêtement », *Annales ESC*, 12<sup>e</sup> année, n° 3, 1957, p. 430-441, p. 431 : « aucune histoire du costume ne s'est encore préoccupée de définir ce que pourrait être, à un moment donné, un système vestimentaire, l'ensemble axiologique (contraintes, interdictions, tolérances, aberrations, fantaisies, congruences et exclusions) qui le constitue; les archétypes qui nous sont livrés sont purement graphiques, c'est-à-dire relevant d'un ordre esthétique (et non sociologique) ».

7 Pour une orientation historiographique et bibliographique, voir notamment Sophie Cassagnes-Brouquet, Christine Doussat-Seiden, « Genre, normes et langages du costume », *Clio. Femmes, Genre, Histoire* [En ligne], n° 36, 2012, mis en ligne le 07 mars 2013; Florence Gherchanoc, Valérie Huet, « S'habiller et se déshabiller en Grèce et à Rome (I). Pratiques politiques et culturelles du vêtement. Essai historiographique », *Revue historique*, n° 641, 2007, p. 3-30.

8 John Carl Flügel, *The Psychology of Clothes*, Londres, Institute of Psycho-Analysis, Hogarth Press, 1930. À travers une perspective psychanalytique, il distingue neuf types de vêtement selon la psychologie du porteur, affirmant qu'il y a toujours un choix (inconscient) du costume par une collectivité, ou de l'habillement par un porteur.



Plus tard Franz Kiener mit en avant l'expression du corps par le vêtement. Il restait néanmoins à un niveau « pratique », cherchant à comprendre les raisons qu'avaient eues les hommes de couvrir diversement les parties du corps<sup>9</sup>. Avec les années 1960 et les travaux pionniers de Roland Barthes, les philosophes, sociologues, anthropologues et historiens s'intéressèrent au vêtement dans une perspective différente, cherchant à le poser comme un système dont les éléments sont signifiants dans la mesure où ils sont liés par un ensemble de normes collectives<sup>10</sup>. Roland Barthes présente en effet le vêtement « comme objet même du paraître<sup>11</sup> » et comme un « équilibre de formes normatives<sup>12</sup> ». Il suggérait de le comprendre comme un langage, en suivant le modèle saussurien<sup>13</sup>, et d'analyser comment il s'insérait dans « un système formel organisé, normatif, consacré par la société<sup>14</sup> ». Depuis, les historiens et historiens de l'art ont multiplié les études sur le vêtement, aussi appréhendé comme un marqueur identitaire.

La mode, également au cœur de nos réflexions, et dont les racines remontent au XIII<sup>e</sup> siècle en Occident, s'est immédiatement imposée comme un phénomène social lié à l'évolution du rôle des vêtements<sup>15</sup>. Elle révèle une nouvelle conception

---

9 *Kleidung, Mode und Mensch. Versuch einer psychologischen Deutung*, Munich - Bâle, Ernst Reinhardt Verlag, 1956.

10 Barthes, « Histoire et sociologie du vêtement », art. cit., p. 440 : « Le vêtement est, au sens plein, un 'modèle social', une image plus ou moins standardisée de conduites collectives attendues, et c'est essentiellement à ce niveau qu'il est signifiant »

11 Roland Barthes, « Langage et vêtement (Flügel, Hansen, Kiener et Truman) », *Critique*, n° 142, 1959, p. 242-252, citation p. 242.

12 Barthes, « Histoire et sociologie du vêtement », art. cit., p. 431.

13 *Ibid.*, p. 435-437. Dans sa définition du vêtement il s'appuie ainsi sur la distinction opérée par Ferdinand de Saussure entre langue et parole, la langue étant l'institution sociale, indépendante de l'individu, dans laquelle il puise sa parole qui est un acte individuel, le langage étant le terme générique comprenant la langue et la parole. Pour Roland Barthes, la langue devient le costume, l'acte par lequel l'individu actualise sur lui l'institution du costume est l'habillement, et le tout générique est le vêtement.

14 *Ibid.*, p. 434 : c'est ainsi « l'appropriation d'une forme ou d'un usage par la société à travers des règles de fabrication, qui fonde le costume, ce ne sont pas les variations de son quantum utilitaire ou décoratif », quand les emplois ont « été réglementés par le groupe social lui-même ».

15 Selon Gilles Lipovetsky c'est au Moyen Âge que l'homme découvre l'habillement en tant que plaisir esthétique. (*L'Empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*, Paris, Gallimard, 1987). Il affirme en effet qu'à partir de cette époque les variations du paraître sont plus fréquentes et plus extravagantes et que des formes purement esthétiques, voire fantaisistes ont fait parallèlement leur apparition. Ainsi la longue toge portée par les deux sexes pendant des siècles commence à être remplacée et une différenciation sexuelle à avoir cours. La recherche du raffinement apparaît véritablement à la fin du XIII<sup>e</sup> siècle. Voir également Françoise Piponnier, Perrine Mane, *Se vêtir au Moyen Âge*, Société Nouvelle Adam Biro, Paris, 1995 ; Odile Blanc, *Parades et parures. L'invention du corps de mode à la fin du Moyen Âge*, Paris, Gallimard, 1997 ; Maria

du corps vêtu et un nouveau rapport au vêtement considéré non plus comme une simple protection mais comme une marque de distinction sociale et une manière de se présenter au monde. La mode apparaît comme un moyen d'exercer la liberté de choisir ce que l'on veut exprimer de soi, de mettre en évidence un pouvoir, un rôle et une appartenance à travers les couleurs, les formes, les textures ou la qualité des tissus qui sont autant de signifiants rendant les vêtements intelligibles<sup>16</sup>. En 1911, le sociologue Georg Simmel avait défini la mode comme un produit de la division en classes et de la dynamique qui en découlait entre différenciation et uniformité, affirmant que

la mode signifie le rattachement à ceux qui ont la même position, l'unité d'un cercle qu'elle spécifique, et en même temps le détachement de ce groupe par rapport à ceux qui sont inférieurs, la caractérisation de ceux-ci comme n'en faisant pas partie<sup>17</sup>.

Le vêtement signe un statut et constitue un facteur d'intégration dans un groupe ; il est le vecteur d'informations significatives sur les personnes qui l'endossent<sup>18</sup>. Dans la Florence médicéenne analysée par Agnès Pallini-Martin, l'exemple des frères Filippo et Giuliano da Gagliano montre que l'identification puis l'imitation sont essentielles, exprimant par le vêtement l'adhésion aux valeurs d'un groupe social particulier, celui des hommes gravitant autour des Médicis<sup>19</sup>. Le choix de la garde-robe a alors des liens étroits avec les ambitions politiques et sociales. La mode permet ainsi d'observer les processus de construction de

---

Giuseppina Muzzarelli, *Guardaroba medievale: Vesti e società dal XIII al XVI secolo*, Bologne, Il Mulino, 1999 ; Margaret Scott, *Medieval Dress & Fashion*, Londres, The British Library Publishing Division, 2009 ; Denis Bruna, Chloé Demey, dir., *Histoire des modes et du vêtement, du Moyen Âge au XXI<sup>e</sup> siècle*, Paris, Textuel, 2018 ; Danièle Alexandre-Bidon, Nadège Gauffre Fayolle, Perrine Mane, Mickaël Wilmart, dir., *Le vêtement au Moyen Âge. De l'atelier à la garde-robe*, Brepols, coll. « Culture et société médiévales » (CSM) 38, Turnhout, 2021.

16 Les années 1990 et 2000 ont vu l'émergence d'une recherche interdisciplinaire très riche sur le thème de la mode, souvent désignée sous l'expression *fashion studies*. Voir Nicoletta Giusti, *Introduzione allo studio della moda*, Bologne, Il Mulino, 2009. Également Fred Davis, *Fashion, Culture and Identity*, Chicago, Chicago University Press, 1992 ; Christopher Breward, *The Culture of Fashion*, Manchester, Manchester University Press, 1995 ; *id.*, « Cultures, Identities, Histories: Fashioning a Cultural Approach to Dress », *Fashion Theory*, vol. 2, n° 4, 1998, p. 301-314 ; Karen Tranberg Hansen, « The World in Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion and Culture », *Annual Review of Anthropology*, n° 33, 2004, p. 369-392.

17 Georg Simmel, *Philosophie de la modernité* (trad. Jean-Louis Vieillard-Baron), Paris, Payot, 1989, p. 169 et suivantes.

18 Alison Brown, *The Medici in Florence. The Exercise and Language of Power*, Florence, Leo S. Olschki Editore, University of Western Australia Press Perth, 1992.

19 Pio E. Ricci Bitti, Roberto Caterina, dir., *Moda, relazioni sociali e comunicazione*, Bologne, Zanichelli, 1995.



réseaux sociaux complexes et la communication non verbale entre individus<sup>20</sup>. Par la mode chacun exprime en effet son message par rapport aux autres et son identité sociale. Le vêtement devient une forme de langage qui permet à l'homme de communiquer, avant même de s'exprimer par la parole<sup>21</sup>.

La dimension sociale de l'habillement dépasse ainsi la dimension personnelle<sup>22</sup>. Chaque vêtement prend un sens au sein d'un groupe social doté d'un code conventionnel commun. En 1979, Pierre Bourdieu distinguait néanmoins deux catégories d'individus. Il attribuait au comportement vestimentaire des « gens simples » un réalisme s'attachant moins à la portée significative et symbolique du vêtement qu'à son caractère fonctionnel et pratique<sup>23</sup>. Il les différenciait ainsi

---

20 Dans la sociologie de Durkheim comme dans celle de Weber, la culture et la structure sociale sont mêlées. Comme l'écrit Frédéric Godart, « pour Émile Durkheim, les dimensions collectives et morales de la vie sociale, pratiques et représentations, sont intimement liées et doivent être comprises simultanément. C'est aussi le cas chez Max Weber qui voit dans le sens subjectif donné par les individus à leurs actions la principale voie d'accès aux structures sous-jacentes du monde social » [*Sociologie de la mode*, Paris, La Découverte, 2010, p. 7-8]. Voir les ouvrages cités par l'auteur : Émile Durkheim, *Les formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie*, Paris, F. Alcan, 1912 ; Max Weber, *Économie et société*, Paris, Seuil, 1971 [1922].

21 Paola Pizza, *Psicologia sociale della moda. Abbigliamento e identità*, Vérone, QuiEdit, 2010.

22 Dans la psychologie sociale, la mode est évoquée comme un phénomène psychologique complexe et une contagion imitative comprenant de nombreux vecteurs, dont chacun correspond à l'un des domaines de notre société. Voir Marc-Alain Descamps, *Psychosociologie de la mode*, Paris, PUF, 1979. Il définit la mode comme l'expression vestimentaire d'une société, dont elle représente les idées et les valeurs, la différenciation sociale, les courants et les contradictions. Le costume est quant à lui un langage muet par lequel chacun indique aux autres son sexe, son âge, sa nationalité, sa profession, sa classe sociale, ses positions politiques, religieuses, sportives et artistiques. Rien n'est fixé de manière logique et rationnelle ; la mode est une formation névrotique comme le rêve et l'art. Elle est l'expression du refoulé et traduit l'inconscient culturel collectif.

23 Pierre Bourdieu, *La distinction sociale. Critique sociale du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979, p. 223 : « les classes populaires font du vêtement un usage réaliste ou, si l'on préfère, fonctionnel ». Dans la pensée de Bourdieu, le champ culturel fonctionne comme un système de classement fondé sur une hiérarchie et produisant des stratégies de distinction. Les pratiques culturelles sont à la fois des facteurs d'intégration et des facteurs d'exclusion. Pour la période médiévale, Juan Vicente García Marsilla donne l'exemple de la mode, qui n'est pas seulement liée aux dépenses, mais aussi à la proximité du pouvoir. Elle fait partie des stratégies des classes privilégiées qui par ce moyen cherchent à se différencier des « arrivistes » qui ont accumulé des richesses mais qui n'ont pas réussi à se conformer au « style » des classes supérieures. Cf. « El lujo cambiante. El vestido y la difusión de las modas en la Corona de Aragón (siglos XIII-XV) », *Anales de Historia del Arte*, n° 24, 2014, p. 227-244. Voir également Isabelle Paresys, dir., *Paraître et apparences en Europe occidentale du Moyen âge à nos jours*, Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2008.

des classes supérieures qui auraient possédé une culture vestimentaire fondée sur l'esthétique et la représentation. Juan Vicente García Marsilla montre que dans la Valence du xv<sup>e</sup> siècle le phénomène de mode, initié et soutenu par les nobles qui utilisaient le vêtement comme un moyen privilégié de communication et de manifestation de leur statut social et de leur pouvoir économique et politique, touchait également une grande partie de la population urbaine et les couches plus aisées de la paysannerie<sup>24</sup>. Le tissu importé était un objet rare qui servait à afficher publiquement son statut social. Ces vêtements de valeur pouvaient même permettre l'obtention de prêts en période de difficultés<sup>25</sup>. Néanmoins, parallèlement, le marché de l'occasion offrait aux populations plus modestes de nouvelles perspectives de consommation et leur donnait la possibilité de suivre les modes lancées par les élites<sup>26</sup>. L'observation de ces pratiques sociales illustre que tous les groupes sociaux associaient au vêtement un mode d'expression dépassant la simple fonction. Mathieu Arnoux met en évidence les dires du *piovano* Arlotto qui distingue les pratiques des riches et celles des pauvres dans le port du manteau, les riches portant leurs manteaux un an ou dix-huit mois durant et les abandonnant pour un manteau neuf, et les pauvres les portant d'un côté puis les retournant pour les porter à nouveau, du côté de la reliure. Le manteau est vecteur des rapports sociaux par les significations diverses dont il est le support. Ainsi le vêtement, et les pratiques qui y étaient associées, classent, ordonnent et hiérarchisent la société, permettant aussi l'exclusion en devenant une marque d'infamie visible aux yeux de tous. La « politique du signe » passe par le vêtement, ce que Claire Soussen met en évidence à travers l'exemple des juifs des royaumes hispaniques qui devaient se distinguer des non-juifs par le port

---

24 Juan Vicente García Marsilla, « La moda no es capricho. Mensajes y funciones del vestido en la Edad Media », *Vínculos de Historia*, n° 6, 2017, p. 71-88. Voir également Marie Viallon, *Paraître et se vêtir au XVI<sup>e</sup> siècle*, Saint-Étienne, Publications de l'université de Saint-Étienne, 2006.

25 Voir *infra*.

26 Au sujet du marché de l'occasion en Méditerranée médiévale voir notamment Juan Vicente García Marsilla, « Avec les vêtements des autres. Le marché du textile d'occasion dans la Valence médiévale », in Laurent Feller, Ana Rodríguez, dir., *Objets sous contrainte. Circulation des richesses et valeur des choses au Moyen Âge*, Paris, 2013, p. 123-143; Juan Vicente García Marsilla, German Navarro Espinach, Carles Vela i Aulesa, « Pledges and Auctions: the Second-Hand Market in the Late Medieval Crown of Aragon », in Giampiero Nigro, dir., *Il Commercio al Minuto. Domanda e offerta tra economia formale e informale. Secc. XIII-XVIII*, Florence, Firenze University Press, 2015, p. 295-317, et dans le même volume Alessia Meneghin, « The Trade of Second-Hand Clothing in Fifteenth-Century Florence: Organisation, Conflicts, and Trends », p. 320-336; Jack Hinton, « Aspects of the Resale and Bequest of Goods in Late-Sixteenth Century Venice », *Journal of Design History*, vol. 15, n° 4, 2002, p. 245-262 [le numéro de la revue, dirigé par Marta Ajmar, est intitulé « Approaches to Renaissance Consumption »].

sinon de vêtements spécifiques, du moins de signes qui les identifiaient, ce qui caractérisait également les prostituées, les lépreux et autres marginaux. Le signe, outil de distinction, marquait une position d'infériorité sociale.

L'affirmation et la représentation de soi passaient également par les couleurs qui contribuaient à la distinction sociale et étaient autant de référents identitaires des groupes sociaux d'un lieu donné. Les colorants majorant de beaucoup le prix des tissus, l'univers vestimentaire des plus humbles était généralement incolore ou délavé, assez terne, évoluant ainsi entre différents tons de beige et de gris, reflets des fibres naturelles. Bien au contraire, les plus riches laissaient éclater les couleurs, mettant en lumière leurs possibilités financières mais également leur appartenance sociale ou politique. Quand l'individu choisissait la teinte de son vêtement, il était certes influencé par sa propre personnalité, sa perception des couleurs et l'émotion qu'elles suscitaient, mais il l'était aussi et surtout par la valeur associée à chaque couleur<sup>27</sup>. À Florence au xv<sup>e</sup> siècle, comme le montre Agnès Pallini-Martin, l'usage du rouge, même en petites touches, était la preuve d'une ambition sociale clairement affichée et marquait la grandeur d'un homme<sup>28</sup>. L'usage de certaines teintes pouvait être prohibé. Dans l'Empire ottoman, les *dhimmis*, à savoir les sujets non-musulmans du sultan, devaient se conformer à un code vestimentaire particulier. Le port du turban blanc et de la couleur verte étaient ainsi réglementés<sup>29</sup>.

La mode constitue également le miroir d'une première globalisation, à travers ses capacités à abolir ou, en tout cas, à dépasser les frontières<sup>30</sup>. Les matériaux des

---

27 Michel Pastoureau, « Pratiques et symboliques vestimentaires », *Médiévales*, n° 29 : *L'étoffe et le vêtement*, 1995, p. 5-7.

28 Jusqu'à la seconde moitié du xv<sup>e</sup> siècle, le rouge était la couleur des magnats, comme l'a vu John Munro dans le cas des souverains flamands, qui ont ensuite commencé à passer au noir, une couleur qui, des siècles plus tôt était considérée comme laide et terne, mais qui devint élégante. Voir John Munro, « The Anti-Red Shift—to the 'Dark Side': Colour Changes in Flemish Luxury Woollens, 1300-1550 », *Medieval Clothing and Textiles*, vol. 3, n° 1, 2007, p. 55-98; Amy Butler Greenfield, *L'extraordinaire saga du rouge. Le pigment le plus convoité*, Paris, Autrement, 2007 [ce livre est essentiellement consacré à la cochenille importée d'Amérique, mais comporte un chapitre sur les sources antérieures de rouge]; Michel Pastoureau, *Rouge. Histoire d'une couleur*, Paris, Seuil, 2016 [quatrième livre d'une série consacrée à l'histoire sociale et culturelle des couleurs en Europe].

29 Ingrid Houssaye Michienzi, Suzanne Lassalle, « Étoffes et vêtements dans l'inventaire après décès de Giovanni Maringhi, un marchand florentin à Constantinople au début du xvi<sup>e</sup> siècle » (avec Suzanne Lassalle), dans Danièle Alexandre-Bidon, Nadège Gauffre Fayolle, Perrine Mane, Mickaël Wilmart, dir., *Le vêtement au Moyen Âge. De l'atelier à la garde-robe...*, op. cit., p. 79-106.

30 Voir au sujet de la consommation des draps de laine, le produit phare de l'industrie textile médiévale, une des publications les plus anciennes des *Settimane di Studi* de Prato (deuxième, 1970) : Marco Spallanzani, dir., *Produzione, commercio e consumo dei*

vêtements et des accessoires étaient souvent produits dans des endroits lointains, et les tissus étaient exportés et diffusés sur des marchés éloignés. À la fin du xv<sup>e</sup> siècle, l'Empire ottoman absorbait 30 à 40% de la production florentine de draps de laine et déterminait la santé économique de la cité qui dépendait très étroitement de la vente de sa production textile. L'impact du marché ottoman sur les structures de production de Florence était très important, obligeant les artisans à fabriquer leurs textiles en fonction des goûts de leurs acheteurs<sup>31</sup>. Il fallait ainsi répondre aux sollicitations sociales par le biais d'une production diversifiée. Les fabricants accompagnaient les transformations de la consommation. À Damas, à l'époque mamelouke, la place des étoffes locales ou importées au sein des marchés de la ville augmenta progressivement, comme le montre Élodie Vigouroux. À côté des étoffes précieuses venues d'Orient se trouvaient des étoffes européennes consistant à la fois en des tissus de très bas prix destinés aux besoins de la population, et en des étoffes très onéreuses pour les privilégiés et la cour du sultan. C'est également à la cour des sultans hafside, abdelwadide et mérinide, à Tunis, Tlemcen et Fès, qu'étaient vendus les draps de laine florentins, comme le met en lumière Ingrid Houssaye Michienzi. La confection textile européenne consistait ainsi d'une part en une production massive et rapide et d'autre part en la fabrication de tissus de haute qualité. Les débouchés constitués par les marchés maghrébins et orientaux étaient fondamentaux pour les artisans et négociants latins. Dans leurs lettres, les marchands jugeaient la situation désastreuse, voire catastrophique, si le commerce des étoffes y était peu dynamique. Les tissus constituaient en effet souvent une monnaie d'échange pour se procurer des marchandises sur ces mêmes marchés et éviter le recours à des paiements en monnaie réelle<sup>32</sup>.

---

*panni di lana nei secoli XII-XVIII*, Florence, Leo S. Olschki, 1976. Avec le développement de l'histoire globale, la question a été récemment étendue et renouvelée, faisant une part belle à la question des produits textiles. Voir par exemple le volume édité par Gleen Adamson, Giorgio Riello, Sarah Teasley, dir., *Global Design History*, Londres-New York, Routledge, 2011 (notamment le chapitre 1 rédigé par Marta Ajmar, Luca Molà, « The Global Renaissance : Cross-cultural objects in the early modern period », p. 11-20); Paula Findlen, dir., *Early modern Things : Objects and their Histories, 1500-1800*, Londres-New York, Routledge, 2012; Catherine Richardson, Tara Hamling, David Gaimster, dir., *The Routledge Handbook of Material Culture in Early Modern Europe*, Londres-New York, Routledge, 2017.

31 Ingrid Houssaye Michienzi, « Les milieux d'affaires florentins, le commerce des draps et les marchés ottomans à la fin du xv<sup>e</sup> et au début du xvi<sup>e</sup> siècle », *Mélanges de l'École française de Rome - Moyen Âge* [En ligne], 127-2 | 2015, mis en ligne le 02 octobre 2015. URL : <http://mefrm.revues.org/2753>

32 Prenons l'exemple de Florence, dont la richesse reposait principalement sur l'industrie textile. En 1422, la production textile fut la principale marchandise embarquée sur les navires qui conduisirent les ambassadeurs de Florence à Alexandrie. Des soieries, dont la valeur totale excédait 4 000 florins, furent en effet acheminées jusqu'en Égypte.

Les consommateurs influençaient de fait la production. Leur comportement, à travers les aspects économiques et culturels, a été l'objet d'étude des anthropologues et des sociologues qui ont longtemps caractérisé la recherche d'objets produits de manière massive comme un gage de modernité. Les XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècles sont souvent considérés comme les temps modernes de la consommation avec l'érection de temples de la consommation comme les grands magasins, de nouveaux rituels sociaux amorçant une nouvelle demande, et la mécanisation de la production. Le monde préindustriel n'aurait eu accès qu'à une quantité limitée d'objets produits au niveau régional. Or récemment des auteurs ont avancé que le *boom* consumériste ne vit pas le jour à Paris ou Londres durant les Lumières mais dans l'Italie du XV<sup>e</sup> siècle<sup>33</sup>. Au-delà des aspects productifs, il faut également envisager la consommation non seulement comme une transaction marchande mais également comme un ensemble de pratiques permettant aux groupes et aux individus de rendre visibles des principes culturels. En 1979 Mary Douglas, en collaboration avec l'économiste Baron Isherwood, mit en effet en avant une « anthropologie de la consommation » en proposant un regard neuf sur les échanges marchands et les comportements de consommation<sup>34</sup>. Les objets de consommation font partie de ce qu'ils nomment la partie visible de la culture. Chaque objet du monde matériel

---

La confection de soieries était alors le nouveau fleuron de l'industrie florentine, notamment dans le secteur du luxe. En ce qui concerne les draps de laine, il faut attendre le milieu du XV<sup>e</sup> siècle pour voir apparaître une production importante de draps de qualité secondaire qui permirent aux négociants florentins de s'imposer, notamment sur les marchés ottomans, et d'acheter de la soie grège et d'autres matières premières avec les bénéfices de la vente de leur production textile, sans trop recourir aux paiements comptants. Voir Ingrid Houssaye Michienzi, « Les balbutiements de la communauté d'affaires florentine à Alexandrie, fin XIV<sup>e</sup>-début XV<sup>e</sup> siècle », in Mathilde Boudier, Audrey Caire, Eva Collet, Noémie Lucas, dir., *Autour de la Syrie médiévale. Études offertes à Anne-Marie Eddé*, Louvain, Peeters (Orient & Méditerranée 39), 2022, p. 273-310.

33 Richard A. Goldthwaite, *Wealth and the Demand for Art in Italy, 1300-1600*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1993 ; Lisa Jardine, *Worldly Goods: A New History of the Renaissance*, New York, Doubleday, 1996 ; Evelyn Welch, *Shopping in the Renaissance. Consumer Cultures in Italy 1400-1600*, New Haven-Londres, Yale University Press, 2005 ; Caroline C. Frick, *Dressing a Renaissance City: Families, Fortunes, and Fine Clothing*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2002 ; Mathieu Arnoux, « Nascità di un'economia del consumo? », in Philippe Braunstein, Luca Molà, dir., *Il Rinascimento italiano e l'Europa*, vol. 3, *Produzione e tecniche*, Trévise-Costabissara (Vicenza), Cassamarca-Angelo Colla Editore, 2007, p. 35-57 ; Franco Franceschi, Luca Molà, « L'economia del Rinascimento: dalle teorie della crisi alla 'preistoria del consumismo' », in Braunstein, Molà, *Il Rinascimento italiano e l'Europa...*, *op. cit.*, p. 185-200.

34 Mary Douglas, Baron Isherwood, *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*, Penguin Education, Harmondsworth, 1979 [Traduction française parue seulement en 2008 : *Pour une anthropologie de la consommation*, Paris, Éditions du Regard, Institut français de la mode].

prend ainsi part à la concrétisation des principes culturels, les biens étant porteurs de signification. Au-delà d'une vision purement économique de la consommation et de l'échange monétarisé, ces travaux réintègrent la logique d'achat dans un contexte social donné et dans un tissu de relations<sup>35</sup>.

Différentes modalités d'achats sont décrites dans ce dossier. La focale est ainsi mise sur l'achat de produits de seconde main, l'achat monétarisé, le troc ou l'utilisation du crédit qui augmentait le pouvoir d'achat des individus et était central dans le dynamisme des échanges. L'économie vestimentaire s'adressait à des clientèles variées. Les distinctions majeures se situaient entre le neuf et l'usagé qui constituait la principale frontière et répondait à des circuits complètement différents, et entre le quotidien et le luxe. Grâce à la documentation d'archives, il est possible d'évaluer et d'affiner la demande, d'étudier l'interaction entre les acheteurs et les consommateurs et de tracer la circulation des biens<sup>36</sup>. C'est ainsi l'objectif de l'article d'Ingrid Houssaye Michienzi qui met en avant les goûts des consommateurs maghrébins et étudie le circuit d'écoulement des tissus florentins sur ces marchés. Les négociants ne laissaient pas au hasard la composition des balles de marchandises qui était orientée vers les pratiques sociales de la consommation de la clientèle visée, issue principalement des sphères du pouvoir.

Marqueur identitaire, outil de communication, le vêtement devient ainsi un code, constitué d'un ensemble de signes, et peut être considéré comme un « fait social total<sup>37</sup> ». Le vêtement, dans son environnement matériel ou dans ses usages, est en effet un objet qui permet de saisir l'ensemble de la réalité sociale, et qui

---

35 Voir également Arjun Appadurai, dir., *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986; Daniel Miller, dir., *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*, Londres-New York, Routledge, 1995; id. dir., *Material Cultures: Why some Things Matter*, Londres, University College London, 1998.

36 Michelle O'Malley, Evelyn Welch, dir., *The Material Renaissance*, Manchester-New York, Manchester University Press, 2007.

37 Dans son texte le plus connu, l'*Essai sur le don*, paru dans le numéro de 1923-1924 de *L'Année sociologique* Marcel Mauss forgea le concept de « fait social global », c'est-à-dire impliquant les individus comme les groupes et rendant compte de l'humain dans son ensemble. Il a pour caractéristique de concerner tous les membres d'une société et d'être signifiant pour l'ensemble de ces membres. Voir « Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques », in Marcel Mauss, dir., *Sociologie et Anthropologie*, Paris, PUF, 1950 [recueil d'articles préfacé par Claude Lévi-Strauss]. Ce concept a été repris pour évoquer la mode et le vêtement car ce sont des sujets qui touchent notamment à l'expression de l'identité sociale. Voir Nicole Pellegrin, « Le vêtement comme fait social total », in Christophe Charle, dir., *Histoire sociale, histoire globale?*, Paris Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1989, p. 81-94; Benoît Lelong, « Le costume, fait social total. Études récentes sur les pratiques vestimentaires dans la France d'Ancien Régime », *La Lettre de la Maison Française d'Oxford*, Maison Française d'Oxford, 1996, n° 4, p. 148-152.



révèle la ou les différences entre les groupes comme entre les individus. Comme l'a écrit Michel Pastoureau, « le vêtement médiéval est une réalité institutionnelle et normative, et non pas une réalité individuelle, qu'elle soit affective, esthétique, ludique, psychologique ou phénoménologique. On ne porte pas les vêtements que l'on aime, on porte ceux que l'on doit porter<sup>38</sup> ». Le vêtement souligne l'appartenance à un groupe. Aux yeux du *piovano* Arlotto, décryptés par Mathieu Arnoux dans sa contribution, chacun, à commencer par lui-même, s'identifiait au vêtement qu'il portait et à sa manière de le porter.

Aspirer à l'exhaustivité thématique ou géographique est illusoire. Le dossier, sans prétendre répondre à toutes les questions soulevées dans cette introduction, a été organisé autour de deux thèmes et entraîne dans un voyage sur les côtes méditerranéennes, ponctué d'étapes au Maghreb, en péninsule Ibérique, en Toscane et en Syrie. La première partie du dossier étudie la question de l'économie du textile. Juan Vicente García Marsilla s'interroge sur la présence de textiles importés dans les habitations de personnes issues de différentes classes sociales au sein du royaume de Valence, à travers des inventaires après-décès et des ventes aux enchères, afin de déterminer leurs origines, leurs qualités, leurs prix et leurs couleurs, en essayant d'établir une évolution de ces importations sur deux siècles (xiv<sup>e</sup>-xv<sup>e</sup> siècles). À partir de la documentation Datini, Ingrid Houssaye Michienzi se penche sur l'espace maghrébin dans le but d'étudier les goûts matériels et les préférences en matière de mode des acheteurs de draps de laine florentins sur les marchés nord-africains. Les sources ne permettent ni une approche qualitative très fine ni une quantification des produits textiles exportés vers l'Afrique mais elles éclairent néanmoins un marché qu'il est difficile d'appréhender. Elles permettent également de montrer que les consommateurs maghrébins n'étaient pas dans une position passive malgré la prise en main du commerce par les marchands issus du monde latin. L'article d'Élodie Vigouroux explore l'évolution de la place des étoffes et des vêtements, produits localement ou importés, dans le paysage économique et urbain à Damas, carrefour entre Méditerranée et Orient, du xiv<sup>e</sup> au xvi<sup>e</sup> siècle. Elle montre ainsi que dès le xiii<sup>e</sup> siècle les bazars les plus centraux furent de plus en plus consacrés aux textiles, un phénomène amplifié à l'époque mamelouke, à la faveur de l'implantation des négociants européens. La seconde partie du volume traite davantage des usages du vêtement. En examinant la garde-robe de Giuliano da Gagliano, un riche marchand florentin installé à Lyon au début du xvi<sup>e</sup> siècle, Agnès Pallini-Martin explique dans quelle mesure le choix de ses vêtements, à la fois dans leur texture et leur couleur, reflétait l'orientation politique d'un « homme nouveau » gravitant dans la sphère médicéenne et déployant une « stratégie vestimentaire ».

---

38 Pastoureau, « Pratiques et symboliques vestimentaires », art. cit, p. 6. Voir le dossier thématique dirigé par Michel Pastoureau intitulé *L'étoffe et le vêtement*.

Mathieu Arnoux démontre, par le biais de nombreuses anecdotes issus des récits et boutades d'un prêtre de la campagne florentine du xv<sup>e</sup> siècle, comment le vêtement, et les comportements qui y étaient rattachés, définissaient la situation de chacun. La contribution de Claire Soussen explore le versant discriminatoire du vêtement à travers l'analyse de la politique vestimentaire à l'égard des juifs en péninsule Ibérique et le contexte politique qui la détermine. Elle met en avant deux logiques contradictoires évoluant entre le désir d'invisibilité ou de normalité des juifs et un désir d'identification des juifs par les chrétiens.

Par le biais d'une documentation diverse, souvent difficile et laconique, parfois très riche, les six contributions s'inscrivent dans une perspective de renouvellement des problématiques dans le domaine de l'histoire du vêtement, qui a aussi bénéficié du décloisonnement offert par l'histoire connectée<sup>39</sup>. Les corpus documentaires utilisés sont de natures très diverses. La culture vestimentaire du Quattrocento florentin nous apparaît tout d'abord par le prisme du recueil de bons mots et de facéties du *piovano* Arlotto Mainardi, une œuvre s'inscrivant dans la tradition de la farce, d'origine ancienne, et revitalisée par les humanistes italiens de l'époque, comportant d'abondantes remarques sur les aspects les plus concrets de la vie matérielle. Cette même culture est également abordée via la documentation d'entreprise (livres de comptes et correspondances), au cœur des recherches d'Agnès Pallini-Martin et d'Ingrid Houssaye Michienzi. Essentielle pour étudier les aspects économiques de la production et du commerce des textiles sur les marchés, elle offre parallèlement des informations significatives sur l'utilisation et la consommation des vêtements. Élodie Vigouroux appréhende et caractérise la mobilité des marchés damascènes dédiés aux étoffes de prix à l'aide de sources textuelles syriennes, égyptiennes et européennes variées, composées à la fois de chroniques, de documents juridiques ou de récits de voyage. Les documents normatifs, au centre des travaux de Claire Soussen, ont été croisés avec l'iconographie, car si les sources insistent bien sur la nécessaire distinction des juifs par des éléments de vêtue, elles ne fournissent aucune indication précise quant aux vêtements réellement portés. Enfin, ce sont davantage des sources fiscales et notariales qui ont permis à Juan Vicente García Marsilla de montrer les habitudes de consommation de la population valencienne en matière de tissus d'importation ou de production locale.

Le vêtement endosse ainsi diverses dimensions : symboliques, culturelles, religieuses, sociales ou politiques que nous interrogeons dans l'espace méditerranéen de la fin du Moyen Âge. Il constitue un langage, très explicite pour les médiévaux, que nous avons cherché à décrypter et à mettre en contexte en fonction des différents lieux sur lesquels nous avons choisi de nous focaliser et de la nature de la documentation mobilisée.

---

39 Pour une introduction à l'histoire connectée voir notamment Patrick Boucheron, dir., *L'Histoire du monde au xv<sup>e</sup> siècle*, Paris, Fayard, 2009.

S'habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance  
Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement

Les six contributions de ce dossier s'inscrivent dans une perspective de renouvellement des problématiques dans le domaine de l'histoire du vêtement, en se penchant sur les dimensions à la fois symboliques, culturelles, religieuses, sociales, économiques et politiques qu'il pouvait revêtir. Le vêtement est ainsi envisagé comme un code, constitué de signes, qui permettait de saisir l'ensemble de la réalité sociale, de catégoriser des individus et des groupes, et de les ordonner, de les hiérarchiser voire de les exclure. Marqueur identitaire et outil de communication, il offrait une possibilité aux différents groupes sociaux d'exprimer leur identité et leur message par rapport aux autres, devenant ainsi une forme de langage permettant à l'homme de communiquer avant même de s'exprimer par la parole. À travers deux thématiques – la question de l'économie du textile et celle des usages du vêtement –, et une documentation riche et variée, les différents articles proposent un voyage dans l'espace méditerranéen de la fin du Moyen Âge, ponctué d'étapes au Maghreb, en péninsule Ibérique, en Toscane et en Syrie.

## Dossier

Ingrid HOUSSAYE MICHIEZI, *S'habiller dans la Méditerranée du Moyen Âge et de la Renaissance. Pratiques économiques, sociales et culturelles du vêtement – Introduction*

Juan Vicente GARCÍA MARSILLA, *Imported fabrics and their social reach in Valencia and its kingdom (14th-15th centuries)*

Ingrid HOUSSAYE MICHIEZI, *Des goûts et des couleurs. Textiles florentins sur les marchés maghrébins vers 1400*

Élodie VIGOUROUX, *Des soieries et des hommes : vente et production d'étoffes précieuses à Damas à l'époque mamelouke (1260-1516)*

Agnès PALLINI-MARTIN, *Politique et choix vestimentaire à Florence à la fin du Moyen Âge : incursion dans la garde-robe d'un marchand banquier*

Mathieu ARNOUX, *Le manteau d'Arlotto. Vêtement et statut social (Florence, xv<sup>e</sup> siècle)*

Claire SOUSSEN, *Les vêtements des juifs dans les royaumes hispaniques : des marqueurs identitaires ?*

## VARIA

Daniel FAGET, Faten KHAMASSI, Hugo VERMEREN, Jamila BEN SOUISSI, *Les pêcheries de Bahiret El Bibane : une histoire contemporaine des pêcheries tunisiennes*

Mehdi JERAD, *Négocier un cérémonial au cours de la seconde moitié du xviii<sup>e</sup> siècle : le droit de battre pavillon suédois à Tunis (1764-1778)*

## COMPTES RENDUS D'OUVRAGES

## sommaire