

## TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE . . . . .	9
INTRODUCTION . . . . .	17
Première caractérisation du contexte économique de la production de peintures au Cinquecento . . . . .	18
Questions de méthodologie . . . . .	30
Principaux développements de l'ouvrage . . . . .	37

### PREMIÈRE PARTIE

#### PRÉCURSEURS ET PREMIÈRES TENTATIVES

PREMIÈRES INTUITIONS AU XIX <sup>e</sup> SIÈCLE . . . . .	45
Les noces polémiques de l'art et de l'économie chez John Ruskin . . . . .	45
L'économie de la peinture comme <i>terra incognita</i> : portée et limites de Jacob Burckhardt pour le sujet . . . . .	52
L'APPORT DÉCISIF DE LA SOCIOLOGIE NON MARXISTE AU TOURNANT DU XX <sup>e</sup> SIÈCLE . . . . .	57
Émergence d'une classe de loisir et consommation ostentatoire chez Thorstein Veblen . . . . .	58
Luxe privé et naissance du capitalisme au XVI <sup>e</sup> siècle selon Werner Sombart . . . . .	64

DES PISTES DE RECHERCHE AU MILIEU DU XX <sup>e</sup> SIÈCLE DEMEURÉES SANS DESCENDANCE . . . . .	73
Un chemin resté peu approfondi : l'herméneutique marxiste et l'histoire de la peinture du Cinquecento . . . . .	74
Un « chemin qui ne mène nulle part » : la querelle décliniste des années 1950 sur les dépenses artistiques . . . . .	83
MARTIN WACKERNAGEL, UN PIONNIER RESTÉ AU SEUIL DE NOTRE SUJET . . . . .	99
Un historien du xv <sup>e</sup> siècle qui éclaire l'histoire sociale de l'art du xvi <sup>e</sup> siècle . . . . .	100
Un héritage méthodologique de premier ordre . . . . .	103

DEUXIÈME PARTIE

HISTOIRES D'ETHOS DE LA DEMANDE  
PRIVÉE DE PEINTURES AU CINQUECENTO

OSTENTATION ET LUXE PRIVÉ Les historiens de la fin du xx <sup>e</sup> siècle sur la culture matérielle et la demande privée de peintures au Cinquecento . . . . .	109
Études historiques sur l'appréciation de la richesse ostentatoire vers la fin du Quattrocento . . . . .	110
Études d'un essor au xvi <sup>e</sup> siècle italien d'un goût pour la « splendeur » privée et d'une demande privée de peintures . . . . .	124
L'essor quantitatif de la demande privée de peintures au Cinquecento . . . . .	145
APPORT D'UNE ANALYSE ÉCONOMIQUE Les motifs extrinsèques de consommation, du contexte social aux prolongements formels . . . . .	169
La distinction en économie de la consommation entre « effet Veblen » et « effet de snobisme » . . . . .	170

L'effet de snobisme des économistes et la peinture maniériste des historiens . . . . .	177
La question distincte et complémentaire de l'« effet de mode » . . . . .	186
D'autres motifs de consommation de peintures privées à explorer au Cinquecento ? . . . . .	193
CONCLUSION . . . . .	201

## TROISIÈME PARTIE

L'OFFRE DE PEINTURES  
AU XVI<sup>e</sup> SIÈCLE ITALIEN

ÉMERGENCE D'UNE OFFRE DE PEINTURES CONÇUES COMME DES BIENS HOMOGENES ET DESTINÉES À UN « MARCHÉ » . . . . .	217
Une tactique de vente de « peintres-entrepreneurs » . . . . .	217
Des gains de productivité de l'offre de peintures <i>a priori</i> globalement significatifs . . . . .	225
Des formes organisationnelles de marché relativement peu développées pour la peinture du Cinquecento . . . . .	242
LA PRODUCTION DE PEINTURES COMME ŒUVRES UNIQUES	
Défaillance de marché, régulation de la qualité et théorie des jeux . . . . .	255
Revendication de la peinture comme œuvre unique et problème d'asymétrie d'information . . . . .	257
Le débat sur l'influence des guildes sur la peinture italienne du XVI <sup>e</sup> siècle . . . . .	270
Peintres et commanditaires au prisme de la théorie des jeux . . . . .	303
CONCLUSION . . . . .	335

CONCLUSION GÉNÉRALE . . . . .	339
REMERCIEMENTS . . . . .	347
BIBLIOGRAPHIE . . . . .	349
INDEX DES THÈMES ET NOTIONS . . . . .	369
INDEX DES NOMS . . . . .	371