TABLES DES MATIÈRES

	pages
AVANT-PROPOS	5
INTRODUCTION	7
PRÉLIMINAIRES : AMBIGUÏTÉS PHILOLOGIQUES	19

PREMIÈRE PARTIE

LA GENÈSE DE L'INSTITUTION CLIENTÉLAIRE (vi ^e siècle A.C.)	23
PROLOGUE : INTERROGATIONS SUR L'EXISTENCE D'UNE CLIENTÈLE PRÉ-URBAINE	24
§ 1. Absence d'influence de la clientèle étrusque sur la clientèle romaine	25
§ 2. Incertitude quant à une clientèle pré-urbaine	28
CHAPITRE I : PRÉSENTATION DES DONNÉES ANNALISTIQUES	33
<i>Section I</i> : Tableau synoptique des textes annalistiques retraçant les origines de l'institution de la clientèle	33
<i>Section II</i> : Structure des données annalistiques	42
CHAPITRE II : LA PÉRIODE ROYALE ET L'ÉLABORATION DE L'INSTITUTION CLIENTÉLAIRE	46
<i>Section I</i> : Origine et aspects de la division entre plèbe et patriciat (fragment I A)	47
A. Mutations économiques et mouvements migratoires à l'époque archaïque dans le site de Rome	48

B. Les résultantes socio-politiques	55
§ 1. Les luttes socio-politiques et leur expression institutionnelle .	56
a. La domination des Quirites (750-616)	56
b. La lutte de l'aristocratie pour le pouvoir et les innovations constitutionnelles du vi ^e siècle (616-509)	58
§ 2. Mentalités patriciennes et clivages sociaux	61
<i>Section II</i> : Contenu et fonction de la relation de clientèle A-B-C)	64
A. L'interprétation des antiquaires (fragment I B)	64
B. Qualité sociale des clients d'après le «code» de la clientèle (fragmentes II A-B-C)	65
1. Indices fournis par les fragments II A-B	68
2. Correspondance de l'interprétation avec les conditions socio- politiques de la Rome royale	69
a. La clientèle dans le projet socio-politique patricien	69
b. La clientèle et l'évolution de Rome au cours du vi ^e siècle	73
3. La clientèle de l'époque royale n'a pas de fonction politique directe (fragments III C – IV A)	85
<i>Section III</i> : formation et sanction du lien de clientèle à l'époque royale (fragments III – IV)	93
A. Formation du lien de clientèle (fragments I B, IV A-B)	94
a. <i>Deditio in fidem – applicatio</i>	95
1. <i>Deditio in fidem</i> internationale	95
2. Entrée en clientèle entre particuliers	96
b. <i>Manumissio</i>	98
c. Naissance	102
B. La <i>fides</i> dans le lien de clientèle et sa sanction (fragment III) .	104
1. Caractère de la <i>fides</i> existant entre le patron et le client .	104
2. La sanction des obligations de la clientèle	105
<i>Section IV</i> : Du juridique au vécu : essai de mesure des relations de clientèle à l'époque royale (fragments V A-B)	107

DEUXIÈME PARTIE

LA CLIENTÈLE AUX PREMIERS SIÈCLES DE LA RÉPUBLIQUE : CLIENTELA, LUTTE POUR LE POUVOIR ET MUTATIONS DES GROUPES DIRIGEANTS (v ^e -iii ^e siècles av. J.-C.)	111
CHAPITRE I : LES RELATIONS DE CLIENTÈLE ET LE CONFLIT PATRICIO-PLÉBÉIEN (509-450 av. J.-C.) : LA CLIENTÈLE, INSTRUMENT DE LUTTE DU PATRICIAT CONTRE LA PLÈBE	114
<i>Section I</i> : Les données fondamentales des origines de la République patricienne et leur influence sur l'évolution des rapports de clientèle	115
a. Le déclin économique du v ^e siècle	115
b. Le recours à la guerre	117
c. La volonté d'hégémonie patricienne	117
<i>Section II</i> : L'évolution de la condition sociale des clients	118
a. Survivance d'une clientèle de plébéiens riches ?	118
b. Les nouvelles catégories sociales à l'origine de la clientèle .	119
1. Le nombre des clients	119
2. Contingences économiques et nouvelles sources de l'engagement clientélaire	122
<i>Section III</i> : La politisation des rapports de clientèle	126
A. Utilisation des clients dans les assemblées politiques	127
a. La liaison chronologique avec les institutions plébéiennes .	127
b. Localisation des clients dans les assemblées politiques des premières décennies de la République	128
a. Étude théorique	128
1. Comices curiates	128
2. <i>Contiones</i>	129
3. Comices centuriates	129
4. <i>Comitia tributa</i> et <i>concilia plebis</i>	130
b. Les données textuelles	131
1. <i>Contiones</i>	131

2. Comices centuriates	132
3. <i>Concilia plebis, comitia tributa</i>	132
c. Modes d'intervention des clients dans les assemblées politiques	140
1. Les suffrages	140
2. La persuasion	142
3. La violence	142
a. Clients gardes du corps	143
b. Agitation dans les assemblées politiques	144
c. Violences caractérisées	145
B. Rapports éventuels entre la clientèle et le tribunat de la plèbe .	147
C. L'utilisation politique du service armé dû par les clients	150
<i>Section IV</i> : Le rôle de la Loi des XII Tables dans l'évolution des rapports de clientèle et la promotion civique des <i>proletarii</i> ..	156
CHAPITRE II : LA CLIENTÈLE ET LE RENOUVELLEMENT DES GROUPES DIRIGEANTS — UTILISATIONS TRADITIONNELLES ET INSURRECTIONNELLES (DE LA LOI DES XII TABLES À LA SECONDE GUERRE PUNIQUE) .	165
<i>Section I</i> : La crise économique de la plèbe et les succès de l'aristocratie dans le contrôle des assemblées politiques	166
A. Les limites de la dégradation de la condition économique de la plèbe	167
B. Le contrôle patricien des assemblées politiques	170
<i>Section II</i> : L'utilisation des liens de clientèle : schémas traditionnels et innovations insurrectionnelles	178
I. Les utilisations traditionnelles de la clientèle	179
A. Origine sociale des clients	179
a. <i>nexi</i>	180
b. clients commerçants ?	181
c. clients ruraux ?	182
B. Utilisations politiques traditionnelles	183
a. Clientèle et progrès de la plèbe	183

b. Les rapports de clientèle dans la vie politique	188
a. Votes judiciaires et contributions financières	188
b. Clientèle, découpage électoral et manipulation des assemblées politiques	190
1. Système tribu	190
2. Comices centuriates	194
3. Modalités pratiques du contrôle du vote	195
c. Le contrôle des tribuns de la plèbe	197
II. L'utilisation des clients contre les groupes dirigeants	202
A. 440-385 : premiers exemples de détournement de la clientèle	203
B. Appius Claudius et la clientèle des affranchis	205
1. L'émergence économique et politique des affranchis	205
2. Les réformes d'Appius Claudius et les relations de clientèle	209
a. Le témoignage des textes : les mesures de 312 et les clientèles d'Appius Claudius	209
b. Problèmes d'interprétation	212
1. <i>Humiles</i> , affranchis et clients	212
2. Le mécanisme de l'assignation tribulaire dans les réformes d'Appius Claudius	215
3. Innovation et tradition dans l'œuvre d'Appius Claudius	217

TROISIÈME PARTIE

«CLIENTELA» ET «PLEBS URBANA» AU II ^e SIÈCLE A.C. : L'APOGÉE DU SYSTÈME CLIENTÉLAIRE	223
CHAPITRE I : LA FORMATION DE LA PLÈBE URBAINE ET LES MODIFICATIONS DES DONNÉES ESSENTIELLES DU JEU POLITIQUE	224
<i>Section I</i> : Les conséquences socio-économiques de la seconde guerre punique	225
A. L'exode rural, la formation de la plèbe urbaine et la crise des années 140	226
B. L'augmentation de la démographie servile	231

C. La montée des milieux d'affaires et le clivage entre les groupes dirigeants	232
<i>Section II</i> : Les conséquences institutionnelles des tensions socio-économiques et l'augmentation du poids politique des masses urbaines	234
A. Le poids politique de la Ville face au système tributaire : fait et droit	235
B. Les manifestations institutionnelles des progrès du «parti populaire»	239
1. Les lois tabellaires	239
2. La législation plébiscitaire	243
a. La <i>Lex Cincia de donis et muneribus</i> et la <i>Lex Publicia de cereis</i>	243
b. Autres plébiscites	246
a. <i>cursus honorum</i>	247
b. Projets de réforme agraire et lois frumentaires	247
c. Variations sur le thème de l'inscription tributaire des affranchis	249
* La chronologie des réformes	249
* Leur interprétation	252
 CHAPITRE II : STRUCTURE ET UTILISATION DES CLIENTÈLES URBAINES AU II ^e SIÈCLE A.C.	258
<i>Section I</i> : Pérennité et accentuation du caractère urbain de la clientèle	259
A. Caractère urbain des clientèles du II ^e siècle A.C.	259
B. La qualité sociale des clients et le texte de Plaute (<i>Men.</i> , 575-600)	261
a. Le témoignage de Plaute	261
b. Les clients riches	263
c. Les clients pauvres	265
1. Organisation de l'étiquette de la <i>salutatio</i> , tout d'abord ..	266
2. La <i>lex Sempronia frumentaria</i> de 123, ensuite	268

<i>Section II</i> : Formation et caractère synallagmatique du lien de clientèle : aspects juridique et politique	269
A. Formation du lien de clientèle	269
B. Le caractère synallagmatique du lien de clientèle et son expression politique	270
I. Le lien de clientèle et les intérêts du client	271
1. L'aide économique	271
2. L'assistance judiciaire	275
a. Spécificité de la fonction judiciaire du <i>patronus</i> : <i>patronus, aduocatus, cognitor, procurator</i>	277
b. Le <i>casus</i> des Menaechmes (v. 571-578)	280
a. <i>causae publicae</i>	281
b. <i>causae priuatae</i>	281
c. L'activité judiciaire, la constitution et le maintien des liens de clientèle	286
a. L'assistance judiciaire et le maintien des liens de clientèle	286
b. L'assistance judiciaire et la formation des liens de clientèle	289
d. Le nouveau visage du patronat judiciaire : équivalence entre <i>patronus</i> et <i>orator</i> ?	293
3. Le service politique	296
a. <i>clientela</i> et vie militaire	296
b. <i>clientela</i> et <i>cursus honorum</i>	299
II. Le lien de clientèle et les intérêts du patron	303
a. L'aide économique	303
b. L'assistance judiciaire	303
c. Le service politique : <i>clientela</i> et assemblées politiques .	304
1. <i>Clientela</i> , tribus et centuries	305
a. Les comices centuriates	305
b. Les assemblées tributes	307
2. <i>clientela</i> , contrôle du vote et lois tabellaires : vote écrit et <i>liberum suffragium</i>	309

a. Le déroulement concret des opérations de vote : le denier de Licinius Nerva et la <i>Tabula Hebana</i> . . .	310
b. L'efficacité des lois tabellaires et le contrôle du vote des clients	312
c. Le contrôle des tribuns de la plèbe et les liens clientélares	317
<i>Section III</i> : L'utilisation des liens de clientèle dans l'action politique des Scipions et des Gracques	323
A. Le cas des Scipions et les hypothèses terminologiques et notes prosopographiques	324
B. Le cas des Gracques	330
1. Tibérius : clientèle urbaine et soutiens ruraux	331
a. Tibérius disposait de clients et d'appuis urbains	333
b. Tibérius et les milieux ruraux : des électeurs, non des clients	336
c. Les clients de Tibérius et la violence	337
a. La déposition d'Octavius et le rôle de Mucius	338
b. Les clients de Tibérius et la mort du tribun	338
2. Caius et la plèbe urbaine	341

QUATRIÈME PARTIE

LA CRISE DU SYSTÈME CLIENTÉLAIRE : LA DÉSAGRÉGATION DU RÉGIME RÉPUBLICAIN, LE DÉCLIN POLITIQUE DES LIENS CLIENTÉLAIRES ET LEUR SURVIE SOUS LE PRINCIPAT	345
---	-----

Sous-partie I : <i>Cedant arma togae</i> ?	347
--	-----

CHAPITRE I : LES ARMÉES «PERSONNELLES» DU 1 ^{ER} SIÈCLE A.C. SONT-ELLES DES «CLIENTELAE» ?	348
---	-----

<i>Section I</i> : Position de la doctrine dominante et définition du problème	348
--	-----

<i>Section II</i> : Critique de la doctrine dominante	352
---	-----

A. Les prétendus éléments du lien de «clientèle militaire»	352
a. Le serment	353
b. <i>Beneficia</i> concédés par les généraux à leurs soldats	358
1. La dégradation de la situation économique du soldat du dernier siècle de la République	359
2. Les récompenses d'ordre matériel	362
c. <i>Officia</i> rendus par les soldats à leurs chefs dans la vie politi- que	366
1. Dissuasion et emploi de la force	367
2. Emploi des suffrages des soldats	369
B. Les prétendues «clientèles militaires» sont en réalité civiles . . .	371
a. Clientèles civiles pré-existantes ou extérieures au service armé	371
b. Clientèles civiles postérieures au service armé : les colonies de vétérans	377
1. Nature juridique des clientèles de colonies de vétérans . .	379
2. La pratique des assignations de terres aux vétérans et les résistances sénatoriales	383
 CHAPITRE II : LE DÉCLIN DE L'INFLUENCE DES RAPPORTS CLIENTÉLAIRES SUR LA VIE POLITIQUE ROMAINE AU PREMIER SIÈCLE A.C.	
	401
 <i>Section I</i> : L'inadaptation des relations de clientèle aux nouvelles données du combat politique	
	402
A. Les modifications structurelles défavorables à la <i>clientela</i>	403
1. La montée des groupes ploutocratiques	403
2. L'inflation du corps civique et la surpopulation de l' <i>Urbs</i> . .	412
3. Les revendications des <i>populares</i>	416
B. Les conséquences : diminution de l'efficacité politique des rapports clientélares	422
a. Structures sociales des clientèles du dernier siècle de la République	422
1. La plèbe urbaine et les liens de clientèle	422
2. Mesures empêchant la constitution de clientèles politiques d'affranchis	425

3. Les groupes de clients à caractère minoritaire	429
a. Les clients riches	429
b. Le patronat littéraire	431
b. Les témoignages des contemporains et la place de la <i>clientela</i> dans les <i>commendationes</i> de Cicéron	434
C. Développement de liens politiques annexes à la <i>clientela</i> entre particuliers	438
1. Multiplication des patronats sur les collectivités publiques	439
2. Les nouveaux moyens d'action politique : <i>hospitium</i> et <i>clientela</i>	445
a. <i>Hospitium</i> et <i>clientela</i>	445
b. <i>Clientela</i> et <i>amicitia</i>	455
<i>Section II</i> : Le dépérissement des obligations clientélares au dernier siècle de la République	465
A. La nature des relations de clientèle : du juridique au social	465
B. Le lien de clientèle et les intérêts du client	467
1. Assistance judiciaire	469
a. L'assistance judiciaire et le maintien des liens de clientèle	469
b. L'assistance judiciaire et la formation des liens de clientè- tèle	473
2. Service politique et recommandations	475
3. L'aide économique	478
C. Le lien de clientèle et les intérêts du patron	480
1. Les suffrages : déclin de cette obligation clientélaire	480
2. Adaptation des obligations clientélares aux mœurs poli- tiques : ostentation et violence	483
a. L'ostentation	483
1. La <i>salutatio</i>	484
2. L' <i>adsectatio</i>	485
b. La violence	488
<i>SOUS-PARTIE II</i> : La dépolitisation des rapports de clientèle sous le <i>principat</i>	493

INTRODUCTION : La modification des groupes dirigeants et l'évolution de la structure du pouvoir	494
CHAPITRE I : LA CLIENTÈLE DANS LE JEU DES FORCES POLITIQUES À ROME	499
<i>Section I</i> : Structures clientélares du pouvoir du <i>Princeps</i> et patronats privés	499
A. La théorie d'A. Von Premerstein : annihilation des anciens patronats par l' <i>auctoritas</i> du <i>princeps</i>	500
a. Création et extension de la <i>clientela</i> du <i>princeps</i>	500
b. Déclin des patronats privés	503
B. Critique de la théorie d'A. Von Premerstein	504
a. Le serment	505
b. Persistance des patronats traditionnels	506
<i>Section II</i> : La pragmatique clientélaire	509
§ 1. Les sources : Martial et Juvénal, clients	510
§ 2. La pratique clientélaire	514
A. Les obligations du client	515
1. Pratiques clientélares d'ostentation	515
2. Aide économique	517
B. Les prestations patronales	519
a. Les composantes	519
1. <i>Suffragium</i> et promotions dans le <i>cursus</i> administratif	520
a. L'action patronale : <i>commendatio</i> et <i>suffragium</i>	520
b. Les démarches du client auprès de son patron	522
2. Assistance judiciaire	524
3. Aide économique	527
b. La qualité des services rendus par le patron d'après les témoignages des clients	532
§ 3. Les parties à la relation : de l'humble au puissant	538
A. Le siècle d'Auguste et le début du règne des Antonins ..	538
a. Les clients-parasites ?	538

<i>a. Pars populi integra et magnis domibus adnexa plebs sordida</i>	539
<i>b. ... circo ac theatris sueta</i>	544
b. Les clients de rang élevé	553
B. Les II ^e et III ^e siècles p.C.	558
§ 4. La finalité du rapport clientélaire au siècle d'Auguste et au début du règne des Antonins	563
A. La finalité du lien clientélaire pour le client	563
B. La finalité du lien clientélaire pour le patron	566
1. L'ostentation sociale	566
2. L'utilisation politique des rapports de clientèle par l'empereur et son entourage	568
<i>Section III : Les liens politiques annexes à la clientela sous le Principat</i>	573
A. <i>Clientela et amicitia</i>	573
B. <i>Hospitium et clientela</i>	578
CHAPITRE II : LA CLIENTÈLE DANS LA VIE POLITIQUE MUNICIPALE : LE CAS DE POMPÉI	581
<i>Section I : Le milieu politique pompéien</i>	582
A. Le cadre juridique : les institutions municipales pompéiennes .	582
B. Le cadre politique : les mœurs électorales pompéiennes	584
C. L' <i>Ordo Pompeianus</i> : notes prosopographiques	586
<i>Section II : L'influence des rapports de clientèle dans les élections municipales à Pompéi</i>	589
§ 1. Les réseaux clientélaire pompéiens	590
A. Les candidats	590
1. Candidats se présentant en équipes	590
2. Candidats isolés	593
B. Les patrons des élections	595
§ 2. Les rapports clientélaire et les résultats des élections	599

ÉPILOGUE : LA CLIENTÈLE AU BAS-EMPIRE	603
§ 1. Les obligations issues du lien clientélaire	603
A. Les obligations du patron	604
a. Assistance judiciaire	605
b. Aide économique	607
c. Octroi de postes et promotions	607
B. Les obligations du client	609
a. Pratiques d'ostentation	609
b. Aide économique	610
c. Violence	611
§ 2. Le contenu socio-politique de la relation	611
§ 3. L'analyse patristique du lien clientélaire et sa traduction dans l'éthique chrétienne	614
CONCLUSION GÉNÉRALE : LA DIALECTIQUE CLIENTÉLAIRE	618
Note sur les relations d'Horace et de Mécène	623
BIBLIOGRAPHIE	627
TABLE DES MATIÈRES	646