

# Table des matières

---

Préface Catherine Virlouvet .....	5
Avant-propos .....	7
Introduction .....	9

## PREMIÈRE PARTIE LES EXPORTATIONS LOINTAINES DE L'HISPANIE. LES PRODUITS ET LEURS MARCHÉS

<b>1. La place des métaux hispaniques dans le commerce maritime romain .....</b>	<b>18</b>
1.1. Les métaux hispaniques à la fin de l'époque républicaine .....	18
1.1.1. <i>Carthago Noua</i> , cœur de l'activité minière romaine à la fin de la République	
1.1.2. Un district prometteur : la Sierra Morena	
1.1.3. Deux inconnus : l'étain et le fer	
1.2. Les métaux hispaniques au début de l'époque impériale .....	27
1.2.1. L'essor du plomb de la Sierra Morena	
1.2.2. Un métal en pleine expansion : le cuivre	
1.2.3. La place de l'étain hispanique. À propos de <i>Port-Vendres II</i> et de quelques autres épaves en Méditerranée	
<b>2. Vins, huile et salaisons de poissons. Les autres grands produits du commerce hispanique à l'époque impériale .....</b>	<b>36</b>
2.1. Production et commerce des vins de la péninsule Ibérique .....	37
2.1.1. Quels vignobles pour l'exportation au loin ?	
2.1.2. Des vins et des amphores	
2.1.3. La diffusion des vins d'Hispanie. Marchés et transport	
2.1.4. La question du commerce de vin en vrac	
2.2. huile et salaisons de poissons : des spécialités de l'Hispanie romaine .....	48
2.2.1. Un « artisanat au service du goût du pourri » : salaisons et sauces de poisson	
2.2.2. <i>Oleum baeticum</i> : l'huile du Guadalquivir	
2.2.3. L'exportation des saumures et de l'huile hispaniques. Marchés et progression	
<b>Conclusion .....</b>	<b>64</b>

## DEUXIÈME PARTIE

### LE PETIT (?) MONDE DES MARCHANDS DE L'HISPANIE ROMAINE

<b>1. Identifier les marchands. Les données de l'épigraphie de l'<i>instrumentum</i></b> .....	69
1.1. Les marques sur lingots .....	70
1.1.1. Les lingots de plomb	
1.1.2. Les lingots de cuivre	
1.1.3. Les cachets impériaux	
1.2. L'épigraphie amphorique .....	78
1.2.1. Les timbres	
1.2.2. Les <i>tituli picti</i>	
<b>2. Nommer les marchands. L'apport des textes et de l'épigraphie lapidaire</b> .....	84
2.1. <i>Naucularius</i> .....	84
2.2. <i>Mercator</i> et <i>negotiator</i> .....	86
2.3. <i>Diffusor olearius</i> .....	91
<b>3. Caractériser les marchands. Pour une approche socio-professionnelle du monde des acteurs du commerce hispanique</b> .....	94
3.1. Affranchis et ingénus .....	95
3.2. Un milieu "cosmopolite" ? .....	97
3.2.1. Les marchands italiques	
3.2.2. La place des "Espagnols"	
3.2.3. Les Gaulois et le commerce de la Bétique	
3.3. L'organisation professionnelle des marchands de l'Hispanie romaine .....	101
3.3.1. Les associations commerciales	
3.3.2. Les collèges professionnels	
<b>Conclusion</b> .....	109

## TROISIÈME PARTIE

### DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR : L'ORGANISATION DU COMMERCE DE L'HISPANIE ROMAINE (II<sup>e</sup> s. av. J.-C. – II<sup>e</sup> s. apr. J.-C.)

<b>1. Rassembler les marchandises. Acteurs, réseaux locaux et infrastructures du commerce d'exportation de l'Hispanie romaine</b> .....	114
1.1. Les réseaux de commerce locaux .....	114
1.1.1. Les marchands du "premier échelon"	
1.1.2. Des réseaux et des hommes. Le cas du négoce de l'huile	
1.1.3. En finir avec un mythe ? L'implication des élites dans le commerce d'exportation	
1.2. Les Ports d'exportation et les réseaux portuaires associés .....	125
1.2.1. <i>Carthago Noua</i>	
1.2.2. <i>Tarraco</i> , <i>Barcino</i> et autres lieux d'expédition du vin de Tarraconaise	
1.2.3. <i>Gades</i>	
1.2.4. <i>Hispalis</i>	

<b>2. Organiser les expéditions. Navires, routes et relais du commerce hispanique</b> .....	132
2.1. Le commerce du plomb de <i>Carthago Noua</i> aux deux derniers siècles de la République .....	132
2.2. Tonnages et composition des cargaisons : l'organisation des frets à partir de la province de Bétique .....	136
2.3. Commerce en ligne directe et commerce de redistribution : les routes du commerce hispanique .....	141
<b>3. Réceptionner et (re)distribuer. Du "marché de gros" aux grands marchés de l'économie hispanique</b> .....	148
3.1. Au cœur du système : les <i>negotiatores</i> , « marchands du dernier échelon » ? .....	148
3.2. L'huile de Rome, entre initiative privée et commerce annonaire .....	155
3.3. Le commerce aux armées. Questions autour de l'arrivée de l'huile de bétique en Germanie et en Bretagne .....	164
<b>Conclusion</b> .....	171
<b>Conclusion générale</b> .....	173
<b>Annexe</b> .....	177
<b>Références bibliographiques</b> .....	187