



**HAL**  
open science

# **Le Moyen Âge fait-il vendre dans le jeu vidéo ? Les univers médiévalistes dans les best-sellers du marché vidéoludique domestique (1980-2023)**

Lionel Germain, Simon Saliou

## ► To cite this version:

Lionel Germain, Simon Saliou. Le Moyen Âge fait-il vendre dans le jeu vidéo ? Les univers médiévalistes dans les best-sellers du marché vidéoludique domestique (1980-2023). Belphegor, 2024, 22-2, <10.4000/130vh>. <hal-05189460>

**HAL Id: hal-05189460**

**<https://hal.science/hal-05189460v1>**

Submitted on 28 Jul 2025

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.



Distributed under a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 - Attribution - Non-commercial use - No Derivative Works - International License



**Belphégor**

Littérature populaire et culture médiatique

22-2 | 2024

**Le Moyen Âge fait-il vendre?**

---

## Le Moyen Âge fait-il vendre dans le jeu vidéo ? Les univers médiévalistes dans les best-sellers du marché vidéoludique domestique (1980-2023)

Lionel Germain et Simon Saliou

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/belphegor/6477>

DOI : 10.4000/130vh

ISSN : 1499-7185

### Éditeur

LPCM

### Référence électronique

Lionel Germain et Simon Saliou, « Le Moyen Âge fait-il vendre dans le jeu vidéo ? Les univers médiévalistes dans les best-sellers du marché vidéoludique domestique (1980-2023) », *Belphégor* [En ligne], 22-2 | 2024, mis en ligne le 11 décembre 2024, consulté le 29 mars 2025. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/6477> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/130vh>

---

Ce document a été généré automatiquement le 29 mars 2025.



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

---

# Le Moyen Âge fait-il vendre dans le jeu vidéo ? Les univers médiévalistes dans les best-sellers du marché vidéoludique domestique (1980-2023)

Lionel Germain et Simon Saliou

---

- 1 En France, la consommation vidéoludique a représenté un chiffre d'affaires total de 6,1 milliards d'euros en 2023, dont 4,2 milliards correspondent à l'achat de jeux vidéo (le reste étant du matériel de jeu : consoles, ordinateurs, écrans, manettes, etc.)<sup>1</sup>. Si la pandémie de Covid-19 a contribué à son augmentation, ce chiffre d'affaires était déjà de 5,2 milliards d'euros en 2018. Dans l'ensemble des dépenses culturelles des Français, le jeu vidéo est donc désormais au coude à coude avec la littérature (6,3 milliards d'euros en 2019) et le cinéma (3,8 milliards)<sup>2</sup>. On peut toutefois préciser ces chiffres en rappelant qu'un jeu vidéo coûte en moyenne plus cher qu'un livre, par exemple, ce qui se traduit, pour un même volume de dépenses, par un nombre inférieur de produits en circulation. Pour en donner un ordre de grandeur, les vingt jeux vidéo les plus vendus en France en 2023 représentent un volume total de 8,8 millions de produits, avec des valeurs extrêmes situées entre 150 000 et 1,5 millions d'exemplaires par produit. Il s'agit bien, en tout cas, d'une consommation culturelle massive (d'après le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs, environ 54% des Français - le plus souvent âgés de 10 à 49 ans - jouent au moins une fois par semaine aux jeux vidéo) qui reflète autant qu'elle agit sur les tendances d'une culture populaire mondialisée<sup>3</sup>. Les données relatives aux ventes de jeux vidéo en France en 2023 témoignent en effet d'un marché très internationalisé, dominé par des studios de développement nord-américains (douze des vingt jeux les plus vendus de l'année), japonais (cinq) et européens (trois, dont un français)<sup>4</sup>. Nous nous intéressons ici au poids que représente l'imaginaire du Moyen Âge dans ce marché, et donc à la manière dont le jeu vidéo contribue à la promotion de cet imaginaire dans une culture populaire mondialisée. Que cet imaginaire fasse vendre

dans le jeu vidéo va presque de soi tant il est devenu populaire depuis une vingtaine d'années<sup>5</sup>, et un certain nombre d'auteurs ont déjà contribué à décrire et interpréter ce médiévalisme vidéoludique<sup>6</sup>. Les données du marché français en 2023 en témoignent là encore : parmi les vingt jeux les plus vendus de l'année, trois (*The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom*, *Assassin's Creed Mirage* et *Diablo 4*) proposent des univers médiévalistes et représentent 16,7% du volume de produits achetés<sup>7</sup> ; c'est moins que l'univers du football (23,6%), mais plus que ceux de Harry Potter (13%), de Mario (12,9%) ou encore de la guerre contemporaine (9,1%). Ces trois jeux témoignent également de la diversité de ce médiévalisme vidéoludique, qui relève pour une large part de la fantasy occidentale<sup>8</sup> – qu'il s'agisse d'une *heroic fantasy* archétypale (*Zelda*) ou d'une fantasy plus sombre et nuancée (*Diablo 4*) –, mais aussi d'imaginaires du Moyen Âge « vraisemblant<sup>9</sup> » et de Moyen Âge non-européens (*Assassin's Creed Mirage*).

- 2 Nous voulons ainsi apporter un éclairage supplémentaire sur ce médiévalisme vidéoludique en abordant plus spécifiquement les trois questions suivantes : quels imaginaires du Moyen Âge font le plus vendre dans le marché international du jeu vidéo, à quel point par rapport aux autres productions, et depuis quand ?
- 3 Pour aborder ce problème, nous portons notre réflexion sur le paysage des best-sellers du marché vidéoludique mondial, c'est-à-dire l'ensemble des jeux vidéo qui ont été commercialisés à l'international et dont au moins un million d'exemplaires<sup>10</sup> ont été vendus. Afin de délimiter un corpus cohérent et de taille exploitable dans le cadre de cet article, nous nous limitons au marché du jeu vidéo domestique (c'est-à-dire sur consoles de salons et ordinateurs) et excluons donc les jeux sur bornes d'arcade, sur consoles portables et sur téléphones mobiles. Dans ces contours, un peu moins de 2000 jeux se sont vendus à plus d'un million d'exemplaires dans le monde depuis l'essor commercial du jeu vidéo domestique au tournant des années 1980<sup>11</sup>.
- 4 Environ 250 d'entre eux proposent des univers relevant de l'imaginaire du Moyen Âge, fantastique ou « vraisemblant » ; ce corpus est présenté en annexe. Seuls les jeux qui relèvent essentiellement de cet imaginaire (à la fois dans la narration, dans l'aspect visuel des personnages et de leurs équipements, du bâti et des paysages, dans le bestiaire et les éléments surnaturels pour la fantasy, etc.) et qui sont promus comme tels (notamment sur leurs boîtiers, auxquels nous nous intéresserons en particulier) sont considérés : nous ne tenons donc pas compte des (nombreux) univers d'autre nature qui en intègrent des thèmes et éléments de façon plus ou moins diffuse, comme les premiers jeux *Mario* (sauver une princesse emprisonnée dans un château fort), *Star Wars* (les chevaliers Jedi, la Force, etc.) ou encore *Harry Potter* (la sorcellerie, le bestiaire, etc.).
- 5 Nous excluons également les univers dans lesquels cet imaginaire ne constitue qu'une partie – pas spécifiquement mise en avant dans leur promotion – d'un ensemble plus large, comme ceux de la franchise *Civilization*. Il ne s'agit évidemment pas de faire une analyse détaillée de tous ces best-sellers vidéoludiques médiévalistes des quarante-cinq dernières années, mais d'en faire un tableau synthétique et d'en interpréter les grandes tendances au regard de celles de la culture populaire, de l'évolution rapide des possibilités techniques, des acteurs et de la configuration changeante de l'industrie du jeu vidéo, de l'élargissement progressif du public consommateur et de la circulation d'influences au sein du champ vidéoludique comme avec d'autres médias.
- 6 Nous montrerons ainsi que trois grandes séquences peuvent être distinguées dans l'histoire du médiévalisme vidéoludique à succès : celle d'un premier essor entre le

début des années 1980 et le milieu des années 1990, essentiellement porté par l'archétype de l'*heroic fantasy* occidentale ; celle de sa grande diversification du milieu des années 1990 au milieu des années 2000 ; et enfin, depuis la fin des années 2000, celle de son « triomphe » commercial qui contribue à sa popularité et à son influence dans la culture de masse.

## L'archétype de l'*heroic fantasy* occidentale, premier médiévalisme vidéoludique à succès (c.1980-c.1993)

### Le fantastique et le « vraisemblant » : un timide succès de l'imaginaire du Moyen Âge au début des années 1980

- 7 On peut retenir l'année 1978 comme le moment de l'essor du marché vidéoludique domestique international : c'est en effet à partir de la fin de l'année 1977 qu'est commercialisée, d'abord en Amérique du Nord puis en Europe l'année suivante, l'Atari 2600, console de salon de deuxième génération et première à s'installer dans un très grand nombre de foyers<sup>12</sup> avec 15 à 20 millions d'exemplaires vendus dans le monde au début des années 1980. Au total, un peu moins de trente jeux vidéo sortis pour l'Atari 2600 entre 1978 et 1983 se vendent à au moins un million d'exemplaires. Dans ce premier paysage des best-sellers du jeu vidéo domestique, l'imaginaire du Moyen Âge, déjà relativement populaire<sup>13</sup>, est représenté par deux jeux vendus à un peu plus d'un million d'exemplaires : *Adventure* (1980) et *Warlords* (1981). Il y tient donc une place encore assez secondaire, en nombre comme en volume de ventes, puisque les six plus grands best-sellers de l'Atari 2600 – *Pac-Man* (1982), *Space Invaders* (1980), *Donkey Kong* (1982), *Pitfall!* (1982), *Frogger* (1982) et *Asteroids* (1981), dont les noms sont d'ailleurs restés bien plus célèbres – atteignent déjà 4 à 8 millions d'exemplaires vendus.

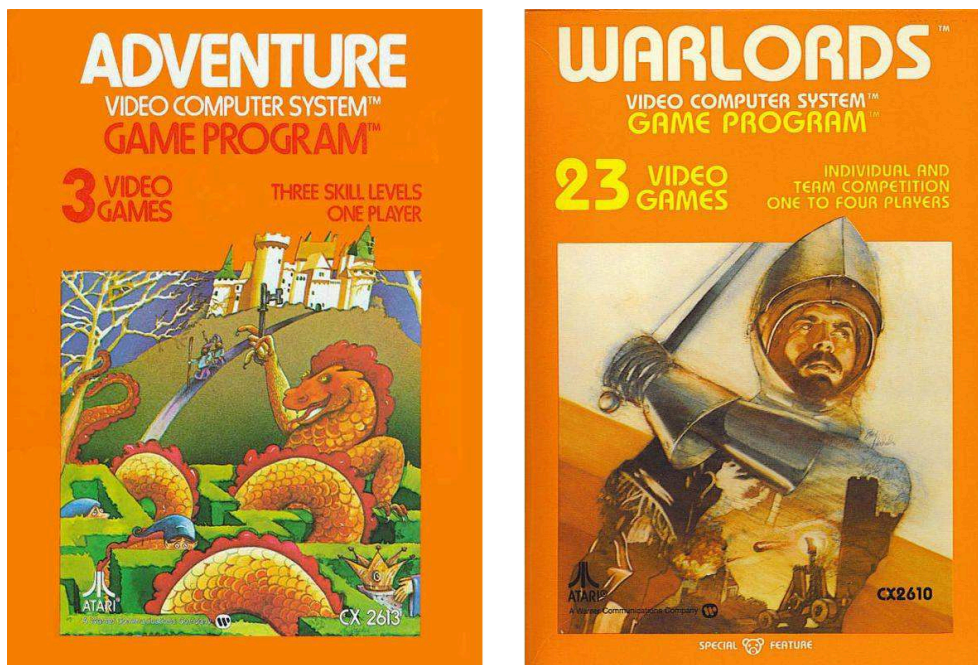


Illustration 1. Boîtier des jeux *Adventure* (1980) et *Warlords* (1981). Source : © MobyGames

- 8 Ces deux best-sellers dessinent déjà les grands traits du médiévalisme vidéoludique à succès : deux grands types d'univers, fantastiques et « vraisemblants » ; deux thèmes principaux, l'aventure épique et la guerre. *Adventure* est en effet promu par le biais de son univers d'*heroic fantasy* archétypal dont un certain nombre d'éléments illustrent le boîtier : un château fort, un dragon à combattre pour obtenir une clé, un trésor à retrouver (une couronne), deux sorciers et un labyrinthe dans lequel se cachent deux lutins (Illustration 1a). Son succès commercial se comprend notamment dans le contexte de la popularité du jeu de rôle sur table *Donjons et Dragons*. Commercialisé à partir de 1974, il entraîne dès l'année suivante le développement d'un certain nombre de jeux vidéo s'en inspirant, d'abord textuels. Les premiers – *dnd* (1975), *Colossal Cave Adventure* (1976), *DND* et *Zork* (1977) – ne sont toutefois pas commercialisés, tandis que les premiers qui le sont (sur ordinateur) – *Akalabeth: World of Doom* (1979) et *Zork I* (1980) – ne se vendent que relativement peu. Promu comme une version graphique de cet univers et bénéficiant de la large diffusion de l'Atari 2600, *Adventure* (1980) est ainsi le premier véritable best-seller vidéoludique de médiéval fantastique. Avec un peu d'imagination étant données les limitations techniques de l'époque, le joueur y incarne un aventurier qui doit trouver puis explorer trois châteaux et y combattre des dragons afin d'accéder à une coupe enchantée. L'année suivante sort *Warlords* : il s'agit, dans le *gameplay*, d'une variante du célèbre *Pong* (1972) qui oppose cette fois quatre joueurs situés dans les coins de l'écran au lieu de deux. Ce deuxième best-seller médiévaliste tranche avec le précédent par son univers se voulant cette fois « réaliste ». Le texte promotionnel au verso du boîtier, faisant là encore appel à l'imagination du consommateur, indique ainsi que les pixels dans les coins de l'écran représentent « des seigneurs en guerre » et qu'il s'agit « d'abattre les murailles de leurs châteaux » à l'aide d'une catapulte. C'est aussi ce que l'illustration sur l'avertissement du boîtier cherche à promouvoir en évoquant le « vrai » Moyen Âge à travers trois stéréotypes très répandus : le chevalier en armure brandissant l'épée, le château fort et la catapulte de siège (Illustration 1b).
- 9 Ce premier élan du médiévalisme vidéoludique à succès est toutefois interrompu par le « krach du jeu vidéo » nord-américain de 1983-1984<sup>14</sup>, auquel succède immédiatement, cette fois depuis le Japon, l'essor d'une nouvelle industrie vidéoludique qui accompagne celui des jeux d'*heroic fantasy* en particulier.

### **L'*heroic fantasy* produite au Japon et exportée à partir de 1986**

- 10 Au milieu des années 1980, le renouveau du marché vidéoludique domestique est en effet essentiellement porté par des entreprises japonaises, qui ont alors une avance technologique importante dans l'électronique, leur permettant notamment de développer des univers vidéoludiques nettement plus fournis en contenu et riches visuellement. Les joueurs peuvent désormais *voir* ces univers et non plus seulement les imaginer. Les entreprises Nintendo et Sega en sont des actrices essentielles avec la commercialisation et le succès de leurs consoles de salon de troisième et quatrième générations : la « NES » (pour Nintendo Entertainment System ; 1985) et la Super NES (1991), vendues chacune à environ 50 millions d'exemplaires dans le monde ; les Sega Master System (1986) et Mega Drive (1989), vendues à environ 10 et 30 millions d'exemplaires. Sur ces quatre consoles, environ 130 jeux sortis entre 1985 et 1993 et commercialisés à l'international se vendent à plus d'un million d'exemplaires. Près du

dixième d'entre eux (12) sont des jeux d'*heroic fantasy* – de rôle et d'action-aventure – largement inspirés de l'univers de *Donjons et Dragons*. Ce dernier est en effet diffusé en Asie dans les années 1980 et approprié dans la culture populaire japonaise, en même temps qu'il constitue, pour l'industrie vidéoludique nipponne, un moyen de séduire les publics nord-américain et européen<sup>15</sup>. Tandis d'un certain nombre de jeux opérant des syncrétismes entre les cultures japonaises et occidentales ne sont pas exportés à l'international<sup>16</sup>, d'autres le sont sous la forme de « jumeaux » légèrement retravaillés pour s'adapter à la culture occidentale, ce qui se traduit entre autres par des changements de codes visuels et culturels sur les boîtiers et souvent dans les titres (voir Illustration 2, par exemple). Les codes archétypaux de l'*heroic fantasy*, également formulés dans les textes promotionnels au dos des boîtiers, structurent ainsi le *gameplay* et la narration de ces jeux : le joueur incarne un guerrier héroïque, seul (*Ghosts 'n Goblins*, *The Legend of Zelda*, premier *Dragon Warrior*) ou aidé par quelques compagnons (*Final Fantasy*, *Dragon Warrior* à partir du deuxième opus), et explore un monde merveilleux constitué de quelques zones habitées par des « PNJ » (personnages non-joueurs) amicaux, d'étendues sauvages peuplées de créatures fantastiques et de donjons. Il doit utiliser ses armes et pouvoirs magiques pour y survivre, y trouver des trésors et combattre une entité maléfique afin d'accomplir une quête salvatrice (généralement sauver un royaume).



Illustration 2. Boîtiers japonais (à gauche) et américains/européens (à droite) des jeux *The Legend of Zelda* (1987), *Dragon Warrior* (1989) et *Final Fantasy* (1990). Source : © MobyGames

- 11 Si l'ère Nintendo/Sega de 1985 à 1995 est surtout marquée par leurs licences phares *Mario* et *Sonic*, dont les différents épisodes se sont vendus à plusieurs dizaines de millions d'exemplaires en cumulé, l'important succès des trois premiers jeux de la licence *The Legend of Zelda* (environ 15 millions de ventes cumulées) en fait toutefois l'un des grands noms du monde du jeu vidéo, contribuant ainsi à y asseoir la popularité de la fantasy médiévale. Au milieu des années 1990, une reconfiguration du marché

vidéoludique mondial fait finalement perdre aux deux entreprises nippones leur quasi-hégémonie, ce qui entraîne en même temps une importante diversification du médiévalisme vidéoludique à succès.

## La grande diversification du médiévalisme vidéoludique à succès (c.1994-c.2006)

- 12 Dans le jeu vidéo, le milieu des années 1990 est en effet marqué par quatre événements majeurs qui reconfigurent profondément le marché international. Il s'agit en premier lieu de l'entrée dans ce marché de l'entreprise japonaise Sony dont les consoles de cinquième et sixième générations, la PlayStation (1995) et la PlayStation 2 (2000), connaissent un succès commercial sans précédent et dominent le nouveau paysage vidéoludique : avec plus de 100 millions d'unités vendues pour chacune à la fin des années 2000, elles sont loin devant leurs principales concurrentes, les Nintendo 64 (1996, environ 30 millions) et GameCube (2001, environ 20 millions), la Sega Dreamcast (1998, environ 10 millions) et la Xbox, première console de Microsoft (2001, environ 25 millions). Il s'agit ensuite de la diffusion rapide des ordinateurs domestiques (notamment ceux équipés des systèmes d'exploitation de Microsoft, Windows 95 et les suivants), qui s'accompagnent de celui de l'Internet domestique. Il s'agit également, grâce à l'accroissement rapide de la puissance des machines, de l'élargissement des possibilités graphiques (généralisation de la 3D notamment) et de *gameplay*. Il s'agit enfin de l'essor des studios de développement nord-américains (comme Blizzard Entertainment) et européens (comme Impressions Games). Ce nouvel environnement technique et cette multiplication des acteurs du jeu vidéo s'inscrivent dans une dynamique d'élargissement du public consommateur et de diversification des produits proposés, ce qui explique le recours à la valeur sûre que représentent désormais les univers relevant de l'imaginaire du Moyen Âge dans la culture populaire<sup>17</sup>.

### Une diversification de la fantasy médiévale

- 13 Au cours de cette période, les univers de fantasy restent largement dominants parmi les best-sellers du médiévalisme vidéoludique. Le succès de l'*heroic fantasy* archétypale produite au Japon se maintient par la continuité des grandes licences de la fin des années 1980 – *The Legend of Zelda*, *Final Fantasy* et *Dragon Quest* (ex-*Dragon Warrior* en Occident) – et par l'émergence de nouvelles comme les *Tales of*. Les studios nord-américains et européens en plein essor se font une place dans le marché en développant des jeux qui proposent d'aborder la fantasy d'une autre manière, comme les *Spyro* (1998 et suiv.) dans lesquels le joueur incarne un dragon qui doit combattre des êtres maléfiques pour libérer ses congénères, *MediEvil* (1998) dans lequel le joueur incarne le squelette d'un chevalier mort au combat luttant pour sa renommée dans un univers déjanté inspiré de ceux de Tim Burton, ou encore *Warcraft 2* (1995) et 3 (2002), jeux de stratégie dont l'une des particularités est de laisser au joueur le choix de diriger une faction du Bien (les humains ou les elfes) ou du Mal (orcs ou morts-vivants). Sur leurs boîtiers, ces jeux sont ainsi promus par des illustrations reprenant des codes habituels de la fantasy (typographie, châteaux forts, épées, armures de chevalier, orcs, sorciers, etc.) tout en mettant en avant leur originalité (illustration 3).



Illustration 3. Boîtiers des jeux *Spyro* (1998), *MediEvil* (1998) et *Warcraft 3* (2002). Source : © MobyGames

- 14 Mais l'essor des studios de développement occidentaux se caractérise aussi et surtout par l'émergence de jeux de rôle aux univers moins manichéens et dirigistes, à la fois dans l'aspect visuel, dans la narration et dans les mécaniques de jeu. À l'image du *Donjons et Dragons* original, l'idée que le joueur puisse fabriquer son propre personnage et sa propre aventure dans un univers qui évolue en fonction de ses choix est centrale dans la conception comme dans la promotion de ces jeux. Ainsi dans *Baldur's Gate* (1999), best-seller directement adapté de *D&D*, le texte promotionnel au dos du boîtier promet au joueur de pouvoir créer son propre personnage « à partir d'une combinaison de six races et de vingt-six classes différentes » puis de le plonger « dans un univers médiéval fantastique » dans lequel ses « décisions influenceront sur la tournure de l'histoire et sur l'ensemble du monde ». De même, l'éditeur de *The Elder Scrolls 3: Morrowind* (2002) promeut l'univers médiéval fantastique original du jeu par son « interactivité sans limite » et invite le joueur à « incarner le personnage qu'il aura imaginé » (l'interface de création du personnage est en effet particulièrement poussée) et à « se souvenir que chacune de ses actions déterminera le cours de sa destinée ». C'est l'idée véhiculée par l'aspect épuré des boîtiers de ces jeux, aux allures de grimoire énigmatique (Illustration 4) : ils ne proposent pas un héros et son aventure préconçus mais un univers dans lequel puiser librement pour construire son propre personnage et sa propre épopée.

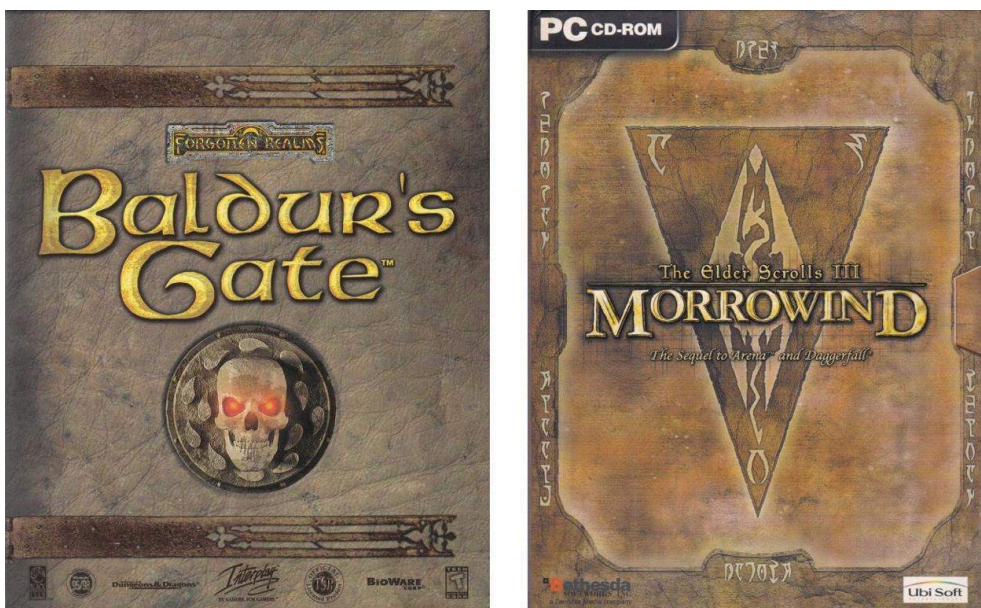


Illustration 4. Boîtiers des jeux *Baldur's Gate* (1999) et *The Elder Scroll 3: Morrowind* (2002). Source : © MobyGames.

- 15 Par ailleurs, avec la diffusion d'Internet, ce nouveau genre propose de plus en plus souvent un mode multijoueur en ligne permettant, comme dans un jeu sur table, de partir à l'aventure à plusieurs. Des studios développent des jeux autour de cette fonctionnalité en particulier, et c'est aussi au début des années 2000 que les jeux de rôle massivement multijoueurs (MMORPG) nord-américains connaissent leur grand essor : *EverQuest* (1999), *Guild Wars* (2005) et surtout *World of Warcraft* (2004) comptent rapidement un à plusieurs millions de joueurs dans le monde.
- 16 Par ailleurs, le marché vidéoludique de la fin des années 1990 est marqué par l'émergence d'une fantasy plus sombre et violente, qui connaîtra son véritable essor à partir de c.2010 (voir partie 3). Deux jeux de rôle d'action en particulier connaissent un grand succès commercial international : le japonais *Castlevania: Symphony of the Night* (1997) qui se déroule dans un univers victorien fantastique et, pour ce qui nous intéresse ici, l'américain *Diablo* (1997) qui se déroule dans un univers médiéval fantastique. Le boîtier de ce dernier tranche par sa composition bichrome de noir et de rouge et par la violence de ses textes et images (illustration 5). Au verso, le texte promotionnel invite ainsi le joueur à « pénétrer dans un univers onirique et gothique corrompu par un esprit maléfique » aux « graphismes à glacer le sang » afin de « s'engager, s'il l'ose, dans une sinistre quête qui l'emmènera au plus profond de l'enfer » pour « anéantir le Seigneur de la Terreur ».



Illustration 5. Boîtier recto-verso français du jeu *Diablo* (1997). Source : © MobyGames

- 17 Le succès critique et commercial du jeu entraîne le développement d'une suite, *Diablo 2* (2000), qui connaît également un succès considérable (plus de 5 millions d'exemplaires vendus). Sans véritable concurrence jusqu'à la fin des années 2000, il devient la figure majeure d'un genre encore peu représenté dans le jeu vidéo. Il joue sans doute un rôle dans le virage pris par la série japonaise *Castlevania* débutée en 1986 : l'épisode *Lament of Innocence* (2003), qui connaît aussi un important succès commercial, s'écarte de la fantasy victorienne pour proposer un univers sombre de fantasy médiévale.

## Un premier essor de l’imaginaire du « vrai » Moyen Âge

- 18 À partir des années 1990, les studios de développement européens – anglais en particulier – se distinguent quant à eux par la production de jeux vidéo de stratégie et gestion « historiques »<sup>18</sup> sur ordinateur, pour des raisons *marketing* (cibler un public plus âgé et un type de jeux peu produit au Japon et en Amérique du Nord) et sans doute culturelles (ces jeux étant alors plus en adéquation avec la culture légitime). C’est dans ce contexte que se multiplient les best-sellers vidéoludiques dont les univers relèvent cette fois de l’imaginaire du « vrai » Moyen Âge et qui sont promus comme tels. Sur les boîtiers des jeux, les illustrations se veulent ainsi réalistes (conformes, du moins, aux représentations communes de la période) même si des libertés sont toujours prises pour rendre visuellement attrayante la composition d’ensemble (voir par exemple Illustration 6). Ces jeux confortent généralement le stéréotype d’une époque violente et guerrière, puisque la construction de forteresses à défendre et la gestion de batailles en temps réel restent centrales dans leur intérêt ludique et leur promotion, ce qui transparait d’emblée sur leur boîtier à travers des personnages quasi systématiquement en armure et divers autres éléments évoquant la guerre.



Illustration 6. Boîtiers des jeux *Lords of the Realm* (1994), *Age of Empires 2* (1999) et *Patrician 3* (2003).  
Source : © MobyGames

- 19 Au dos des boîtiers, les textes promotionnels formulent toujours la promesse de devenir acteur d’un « vrai » Moyen Âge épique plus ou moins articulé avec des événements et personnages réels. Ainsi dans *Lords of the Realm: Epic Medieval Strategy* (1994), best-seller du studio anglais Impressions Games, le joueur « plonge dans une tapisserie médiévale » dans laquelle « le trône d’Angleterre est laissé vacant en 1268 après J.-C. ». Il doit « recevoir les bénéfices de son gouvernement féodal, construire son château et mener bataille pour conquérir ses rivaux et réclamer la couronne ». Ces mécaniques de jeu sont reprises dans la suite du jeu (1996) ou encore dans les best-sellers *Stronghold* (2001) et *Stronghold: Crusader* (2002) du studio anglais Firefly Studios. Certains développeurs proposent toutefois des jeux de stratégie et gestion basés sur d’autres aspects de la période : ainsi dans *Patrician 3: Rise of the Hanse* du studio allemand Ascaron (Illustration 6c), le joueur gouverne un réseau de villes hanséatiques à la fin du Moyen Âge dont il doit assurer l’essor et la prospérité économiques. Pour rendre le jeu plus attrayant, le texte promotionnel au dos du boîtier promet toutefois au joueur qu’il pourra aussi « combattre des pirates » sur mer et « détruire leurs repaires cachés ». L’essor commercial de ce Moyen Âge vidéoludique « vraisemblant » est aussi porté par le jeu *Age of Empires 2: The Age of Kings* (1999) du studio américain Ensemble Studios, qui connaît un succès considérable pour un jeu de stratégie et gestion et marque

durablement le monde du jeu vidéo (il est réédité, avec beaucoup de succès, en 2013 puis en 2019). Le jeu promet de « faire vivre des siècles d'histoire, de la chute de Rome à la fin du Moyen Âge » en « commandant l'une des treize civilisations historiques parmi lesquelles les francs, les vikings et les celtes » et en « combattant aux côtés des grands héros de l'histoire comme Gengis Khan, William Wallace, Barberousse, Saladin ou encore Jeanne d'Arc » (cette pluralité étant mise en valeur sur le boîtier du jeu ; voir Illustration 6b). Si là encore l'accent est surtout mis sur la guerre, le jeu innove aussi par différents « modes de domination » : gagner une partie peut se faire en anéantissant ses adversaires sur le champ de bataille, mais aussi en atteignant une hégémonie économique ou culturelle. Le développement de ces mécaniques de jeu « douces » fera également le succès du jeu *Medieval 2: Total War* (2006) du studio anglais Creative Assembly, dans lequel « la victoire ne se gagne pas seulement sur le champ de batailles : la religion, l'économie, l'espionnage... tout peut devenir une arme pour asseoir sa domination sur le monde médiéval ».

### Un imaginaire des Moyen Âge non-européens qui devient vendeur

- 20 Cette dizaine d'années de diversification du médiévalisme vidéoludique à succès se traduit enfin par un intérêt grandissant pour les imaginaires de Moyen Âge non-européens (arabo-musulman, chinois et japonais en particulier), portés surtout par des studios européens et japonais. Le premier avait déjà fait l'objet d'un succès commercial au tournant des années 1990 avec les jeux de plateforme *Prince of Persia* (1989) et surtout ceux adaptés de *l'Aladdin* de Disney (1993). Il connaît un nouveau succès commercial important avec la reprise de la franchise *Prince of Persia* par l'entreprise vidéoludique française Ubisoft à partir de 2003. L'industrie japonaise produit quant à elle, au même moment, les premiers best-sellers internationaux relevant de l'imaginaire des Moyen Âge chinois (période des Trois Royaumes en particulier) et japonais (période Sengoku en particulier), avec des jeux d'action et d'action-aventure mettant encore une fois l'accent sur le thème très vendeur de la guerre : *Dynasty Warriors 3, 4 et 5* (2001-2005), *Tenchu 1 et 2* (1998-2000), *Onimusha 1 et 2* (2001-2002) et *Samurai Warriors* (2004). Dans un marché international dominé par les représentations culturelles occidentales, ces médiévalismes « exotiques » mêlant des éléments historiques et fantastiques sont promus dans les différents éléments visuels et textuels des boîtiers par des stéréotypes immédiatement évocateurs comme la typographie, l'aventurier agile portant un sabre à l'apparence très proche de celle d'Aladdin sur fond de coupes orientales, le guerrier chinois en armure très colorée et raffinée portant une arme d'hast, ou encore le samouraï en armure lamellaire portant un katana (Illustration 7).



Illustration 7. Boîtiers des jeux *Prince of Persia : Les Sables du Temps* (2003), *Dynasty Warriors 3* (2001) et *Onimusha* (2001). Source : © MobyGames

## Un imaginaire du Moyen Âge de plus en plus vendeur (2007-2023)

- 21 Depuis 2007, la structure du marché du jeu vidéo domestique s'est stabilisée autour des ordinateurs « *gaming* »<sup>19</sup> et des consoles de jeux des trois grands constructeurs très largement dominants, Nintendo, Sony et Microsoft, dont les consoles de septième (Wii, PS3, Xbox 360), huitième (Wii U, PS4, Xbox One) et neuvième générations (Switch, PS5, Xbox Series) représentent en cumulé, pour chaque constructeur, entre 150 et 250 millions d'unités vendues dans le monde à la fin de l'année 2023. Outre l'élargissement continu du public consommateur dont témoignent ces chiffres, la grande évolution de la période est l'accroissement exponentiel des capacités de stockage et de la vitesse des connexions Internet domestiques. Ces deux phénomènes ont entraîné l'essor du jeu dématérialisé, c'est-à-dire sous forme de fichier numérique à télécharger directement depuis des plateformes d'achat en ligne, les plus importantes étant celles des principales consoles de jeu (Nintendo eShop, PlayStation Store et Xbox Games Store) et, pour les ordinateurs *gaming*, la plateforme Steam (2003) de l'entreprise américaine Valve qui compte plus de 130 millions d'utilisateurs actifs en 2021.
- 22 Cet essor du jeu dématérialisé a contribué à l'élargissement du marché par des capacités accrues de diffusion des produits vidéoludiques. Par ailleurs, grâce au coût très largement réduit de ce mode de diffusion, il a également entraîné l'essor des jeux dits « indépendants », produits par des petites équipes de développeurs aux faibles capacités financières et vendus uniquement en format numérique. Dans un monde qui compte désormais plusieurs centaines de millions de joueurs domestiques réguliers, l'imaginaire du Moyen Âge continue de faire vendre dans le jeu vidéo, plus même qu'auparavant, ce qui s'inscrit dans un phénomène global de la culture de masse<sup>20</sup>. Ainsi, plus de 130 jeux médiévalistes commercialisés à l'international sur consoles de salon et ordinateurs entre 2007 et 2023 se sont vendus à plus d'un million d'exemplaires dans le monde, soit presque le double des ventes observées pendant la trentaine d'années précédentes. Si cet accroissement est en partie structurel, dû au simple fait de l'augmentation du nombre de consommateurs potentiels, il résulte aussi d'un intérêt croissant pour cet imaginaire.

## Le succès toujours plus important de la fantasy et le grand essor du Moyen Âge « vraisemblant »

- 23 La plupart des séries vidéoludiques médiévalistes à succès nées dans les années 1980 et 1990 se sont maintenues jusqu'à aujourd'hui dans le paysage des best-sellers du jeu vidéo, et certaines d'entre elles font même désormais partie des franchises les plus lucratives de l'industrie : c'est le cas des *Legend of Zelda*, des *Final Fantasy*, des *Elder Scrolls* ou encore des *Diablo*. Parallèlement, de nouvelles séries nées à la fin des années 2000 connaissent un succès commercial fulgurant et contribuent à faire évoluer le paysage du jeu vidéo médiévaliste, en particulier par la promotion d'une fantasy plus sombre et nuancée et d'un Moyen Âge « vraisemblant ». Concernant ce dernier, il faut évidemment mentionner *Assassin's Creed* (2007), jeu d'action-aventure d'Ubisoft dans lequel le joueur « incarne un maître assassin à Jérusalem, en 1191 ap. JC, au cœur de la Troisième Croisade », « maîtrise de nombreuses armes médiévales et affronte ses ennemis au cours de duels à l'épée réalistes » ; ce « réalisme » étant au cœur de la promotion et de l'aspect visuel du jeu<sup>21</sup>. Il constitue avec ses trois premières suites (2009-2011) un événement vidéoludique majeur non seulement du fait de leur succès commercial immédiat et considérable (plus de 35 millions de ventes cumulées en 2012), mais aussi parce qu'ils font évoluer la place de l'imaginaire du « vrai » Moyen Âge dans la consommation vidéoludique. Jusqu'ici essentiellement cantonné à des jeux de stratégie et gestion vendus à un ou quelques millions d'exemplaires au plus, le jeu d'action-aventure d'Ubisoft contribue en effet grandement à accroître l'intérêt du public pour cet imaginaire en en proposant une expérience plus dynamique et épique.
- 24 Parallèlement aux jeux de stratégie et gestion, qui maintiennent un relatif succès, ce « vrai » Moyen Âge épique devient le principal argument de vente d'un grand nombre de jeux de rôle, d'action et d'aventure qui sont promus par des illustrations mêlant le « réalisme » et l'épique (voir Illustration 8 par exemple), et dont certains connaissent un succès commercial considérable comme *Mount & Blade: Warband* (2010) et sa suite (2022), *Kingdom Come: Deliverance* (2018), *Ghost of Tsushima* (2020) et bien sûr les deux derniers *Assassin's Creed*, *Valhalla* (2020) et *Mirage* (2023), qui signent le retour de la série à l'imaginaire du Moyen Âge. Cet argument d'authenticité est même parfois accolé à des œuvres qui comportent pourtant une part importante de fantastique : ainsi dans *Hellblade* (2017), jeu dans lequel le joueur incarne « une guerrière celte à l'âge viking », tous les éléments fantastiques du jeu sont présentés dans la narration comme relevant de visions traumatiques de l'héroïne, et le texte promotionnel sur le boîtier du jeu vante une « création en collaboration avec des neuroscientifiques et des personnes atteintes de psychose ».



Illustration 8. Boîtiers des jeux *Mount & Blade : Warband* (2010), *Kingdom Come : Deliverance* (2018) et *Ghost of Tsushima* (2020). Source : © MobyGames

- 25 Quant au paysage du médiéval fantastique vidéoludique, la fin des années 2000 constitue également un tournant majeur avec la naissance de deux nouvelles séries en particulier qui, comme les *Assassin's Creed*, connaissent un succès commercial considérable (bien que moins fulgurant) et contribue à en redessiner les traits. Il s'agit d'abord de *The Witcher*, série de jeux du studio polonais CD Projekt adaptée des romans d'Andrzej Sapkowski (1990 et suiv.) et qui se distingue par l'antihéros Geralt de Riv qu'incarne le joueur et son univers très « gris » qui tranchent avec le manichéisme plus fréquent dans la fantasy vidéoludique<sup>22</sup>. Sur le boîtier du premier opus est ainsi écrit en grands caractères : « il n'y a ni bien, ni mal. Faites vos choix et assumez les conséquences ». Si la série est surtout devenue célèbre avec son troisième opus (2015), qui connaît un rare succès critique et commercial et entraîne une adaptation en série TV (2019 et suiv.), les deux premiers (2007 et 2011) avaient déjà été, dans une moindre mesure, des best-sellers. Il s'agit ensuite de la série des « *Souls* », débutée avec le jeu *Demon's Souls* (2009) du studio japonais FromSoftware. D'abord assez discret, son succès critique et commercial est toutefois suffisant pour entraîner le développement du bien plus célèbre *Dark Souls* (2011) puis de ses deux suites (2014 et 2016). Le succès considérable de cette trilogie plongeant le joueur dans un imaginaire fantastique du Moyen Âge européen très noir et violent – jusque dans son *gameplay* articulé autour du « *die and retry*<sup>23</sup> » – entraîne à son tour le développement de leur suite *Elden Ring* (2022) et d'un autre jeu relevant cette fois d'un imaginaire fantastique du Moyen Âge japonais, *Sekiro: Shadows Die Twice* (2019). Dans ce contexte de l'essor d'une fantasy médiévale vidéoludique plus sombre et nuancée, portée également par la sortie de *Diablo 3* (2012) et par le succès parallèle de la série TV *Game of Thrones* (2011 et suiv.)<sup>24</sup>, un grand nombre d'autres franchises vidéoludiques à succès s'inscrivant dans la même tendance émergent dans les années 2010. On peut par exemple mentionner *Dragon Age*, *Divinity: Original Sin*, *Lords of the Fallen* ou encore les jeux indépendants *Hollow Knight* et *Blasphemous*, promus par des titres et des illustrations qui tranchent avec les codes visuels de la fantasy vidéoludique « classique » représentée notamment par les *Legend of Zelda* (voir par exemple Illustration 9).



Illustration 9. Boîtiers des jeux *The Legend of Zelda : Breath of the Wild* (2017), *Dark Souls 2* (2014) et *Dragon Age : Inquisition* (2014). Source: © MobyGames

## Un triomphe de l’imaginaire du Moyen Âge dans le jeu vidéo

- 26 Si le médiévalisme vidéoludique est ainsi représenté, en quantité absolue, par de plus en plus de jeux qui se vendent de mieux en mieux, il l’est aussi en quantité relative au sein du marché du jeu vidéo, dans lequel il occupe donc aujourd’hui une place bien plus importante que jusqu’au milieu des années 2000. L’un des signes les plus flagrants de ce phénomène est son entrée massive au panthéon des « super best-sellers » du jeu vidéo domestique, vendus à plus de dix millions d’exemplaires dans le monde. Depuis les huit premiers au tournant des années 1990<sup>25</sup>, cela concerne un peu moins de 200 jeux commercialisés à l’international sur consoles de salon et ordinateurs. Si ce nombre connaît une augmentation continue liée à celle du public consommateur, il demeure significatif qu’aucun jeu médiévaliste n’ait franchi ce palier avant *World of Warcraft* sorti en 2004. Tout aussi significatif, c’est le cas de 25 jeux médiévalistes commercialisés à l’international entre 2009 à 2023 (parfois très largement comme *Diablo 3*, *Skyrim*, *Terraria*, *The Legend of Zelda: Breath of the Wild* et *The Witcher 3* qui ont dépassé les trente millions de ventes), ce qui représente 15% à 20% de l’ensemble des « super best-sellers » du jeu vidéo domestique sortis au cours de cette période. Ce phénomène s’inscrit dans la tendance globale d’une fantasy médiévale qui gagne en popularité depuis les années 2000<sup>26</sup>, mais aussi dans certains effets de mode plus spécifiques comme la « mode viking » depuis c.2010<sup>27</sup> dans laquelle s’inscrit un grand nombre de best-sellers vidéoludiques puisant principalement dans cet imaginaire, dont (parmi les « super best-sellers ») *Skyrim*, *God of War* et sa suite *Ragnarök*, *Assassin’s Creed Valhalla* et *Valheim*. Un autre effet significatif de cet intérêt pour l’imaginaire du Moyen Âge dans le monde du jeu vidéo est la place qu’il occupe, depuis leur création en 2014, dans les cérémonies internationales annuelles des *Game Awards* qui décernent un certain nombre de prix<sup>28</sup>. Ainsi, pour les dix « GOTY » décernés de 2014 à 2023 (pour *Game of the Year* - Jeu de l’année, prix le plus convoité et prestigieux), treize jeux médiévalistes ont été nommés et sept l’ont obtenu.

## Conclusion

- 27 Dans le jeu vidéo mondialisé, l'imaginaire du Moyen Âge fait assurément vendre, mais cet imaginaire a évolué depuis une quarantaine d'années et n'a pas toujours eu le succès de premier plan qu'il connaît aujourd'hui. Après le « krach du jeu vidéo » nord-américain de 1983-1984, une dizaine de best-sellers vidéoludiques médiévalistes sont produits au Japon et tous relèvent d'un archétype de l'*heroic fantasy* occidentale largement inspiré du jeu de rôle sur table *Donjons et Dragons*, commercialisé avec succès en Asie à partir des années 1980. Du milieu des années 1990 au milieu des années 2000, cet imaginaire du Moyen Âge à succès se diversifie considérablement en raison de la reconfiguration de l'industrie vidéoludique, de l'élargissement du public consommateur, du nouvel essor des studios de développement nord-américains et européens et d'un imaginaire du Moyen Âge qui gagne globalement en popularité dans la culture de masse. Cela se traduit notamment, parallèlement au succès continu de l'*heroic fantasy* archétypale, par le triple essor d'une fantasy plus sombre et nuancée, de l'imaginaire du « vrai » Moyen Âge et de ceux non-européens (arabo-musulman, chinois et japonais en particulier).
- 28 Cette diversification serait par ailleurs à interroger en lien avec le phénomène de légitimation culturelle progressive du jeu vidéo en Occident, qui conditionne sans doute en partie l'évolution de la sociologie, des sensibilités et des attentes du public consommateur<sup>29</sup>. Néanmoins, ce paysage des best-sellers médiévalistes continue de promouvoir essentiellement l'imaginaire du Moyen Âge européen (fantastique comme « historique ») et de véhiculer, en partie du fait de leurs potentiels créatifs et ludiques et d'attendus plus ou moins conscientisés des consommateurs, les stéréotypes ancrés dans cet imaginaire : l'aventure épique et l'exploit héroïque, la guerre et la violence, la monumentalité des châteaux et églises, la relative misère matérielle, morale et culturelle, la nature sauvage et dangereuse, etc.
- 29 Depuis le tournant des années 2010, ce médiévalisme vidéoludique connaît un succès commercial sans précédent et occupe une place de premier ordre dans un marché devenu lui-même d'une importance majeure. Il y a là le reflet d'un phénomène plus global, celui de la popularité de l'imaginaire du Moyen Âge dans la culture de masse mondialisée, et le cas du jeu vidéo soulève la question du poids des différentes industries culturelles dans ce phénomène. En effet, lorsque l'on s'intéresse aux volumes de produits consommés, le contraste avec l'industrie cinématographique, par exemple, est frappant : depuis la sortie de la trilogie du *Hobbit* de Peter Jackson (2012-2014), seules trois œuvres médiévalistes – l'adaptation d'*Aladdin* de Guy Ritchie (2019), *Dragons 3 : Le Monde caché* (2019) et *Warcraft : Le Commencement* (2016 ; d'ailleurs adapté de la franchise vidéoludique éponyme) – ont connu un succès important au box-office mondial<sup>30</sup>. Elles ne représentent ainsi que 2% environ des films sortis au cinéma entre 2015 et 2023 ayant réalisé au moins 400 millions de dollars de recettes ; soit une part largement inférieure aux 15% à 20% que représente aujourd'hui l'imaginaire du Moyen Âge dans le paysage des best-sellers vidéoludiques domestiques.

## Annexe : corpus des jeux vidéo médiévalistes commercialisés à l'international dont au moins un million d'exemplaires ont été vendus (1978-2023)

- 30 Le corpus a été constitué d'après les informations communiquées par les éditeurs et les développeurs disponibles en avril 2024<sup>31</sup>. Les jeux indiqués en caractères soulignés sont ceux dont au moins cinq millions d'exemplaires ont été vendus ; ceux en caractères gras et soulignés sont ceux dont au moins dix millions d'exemplaires ont été vendus (les « super best-sellers »). L'origine européenne (EU), japonaise (JP), nord-américaine (AN) ou autre (précisée en toutes lettres) des studios de développement des jeux est indiquée entre parenthèses. Les années de sortie indiquées sont celles qui correspondent à la commercialisation des jeux sur le marché international (parfois en décalage avec une commercialisation qui se fait dans un premier temps dans le seul pays d'origine). À partir de 2014 (création des *Game Awards*), une étoile pleine à côté du titre d'un jeu indique qu'il a reçu le prix du « Jeu de l'année », tandis qu'une étoile creuse indique qu'il a été nommé pour ce prix.

### Imaginaire du Moyen Âge européen

Année de sortie	Fantastique	« Vraisemblant »
I		
1978	-	-
1979	-	-
1980	• <u>Adventure</u> (AN)	-
1981	-	• <u>Warlords</u> (AN)
1982	-	-
1983	« Krach du jeu vidéo » nord-américain	
1984		
1985	-	-
1986	• <u>Ghosts 'n Goblins</u> (JP)	-
1987	• <u>The Legend of Zelda</u> (JP)	-
1988	• <u>Zelda 2: The Adventure of Link</u> (JP)	-
1989	• <u>Dragon Warrior</u> (JP)	-
1990		-

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dragon Warrior 2 (JP)</li> <li>• Final Fantasy (JP)</li> </ul>	
1991	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Super Ghouls 'n Ghosts (JP)</li> <li>• <u>The Legend of Zelda: A Link to the Past</u> (JP)</li> <li>• Final Fantasy 4 (JP)</li> </ul>	
1992	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dragon Warrior 3 (JP)</li> <li>• Dragon Warrior 4 (JP)</li> </ul>	-
1993	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secret of Mana (JP)</li> </ul>	-
II		
1994	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lords of the Realm: Epic Medieval Strategy (EU)</li> </ul>
1995	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warcraft 2 (AN)</li> </ul>	-
1996	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lords of the Realm 2 (EU)</li> </ul>
1997	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diablo (AN)</li> </ul>	-
1998	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Final Fantasy Tactics (JP)</li> <li>• MediEvil (EU)</li> <li>• <u>Spyro</u> (AN)</li> <li>• Tales Of Destiny (JP)</li> <li>• <u>The Legend of Zelda: Ocarina of Time</u> (JP)</li> </ul>	-
1999	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baldur's Gate (AN)</li> <li>• EverQuest (AN)</li> <li>• Spyro 2 (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Age of Empires 2: The Age of Kings (AN)</li> </ul>
2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baldur's Gate 2 (AN)</li> <li>• <u>Diablo 2</u> (AN)</li> <li>• <u>Final Fantasy 9</u> (JP)</li> <li>• Legend of Mana (JP)</li> <li>• Spyro 3 (AN)</li> <li>• The Legend of Dragoon (JP)</li> <li>• The Legend of Zelda: Majora's Mask (JP)</li> </ul>	-
2001	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baldur's Gate: Dark Alliance (AN)</li> <li>• Dragon Quest 7 (JP)</li> <li>• Tales of Eternia (JP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stronghold (EU)</li> </ul>
2002	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dungeon Siege (AN)</li> <li>• Le Seigneur des anneaux : La Communauté de l'anneau (AN)</li> <li>• Le Seigneur des anneaux : Les Deux Tours (AN)</li> <li>• Neverwinter Nights (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stronghold Crusader (EU)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Elder Scrolls 3: Morrowind (AN)</li> <li>• Warcraft 3 (AN)</li> </ul>	
2003	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Castlevania: Lament of Innocence (JP)</li> <li>• Le Seigneur des anneaux : Le Retour du roi (AN)</li> <li>• <u>The Legend of Zelda: The Wind Waker</u> (JP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrician 3: Rise of the Hanse (EU)</li> </ul>
2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fable (EU)</li> <li>• Final Fantasy Crystal Chronicles (JP)</li> <li>• Le Seigneur des Anneaux : Le Tiers Âge (AN)</li> <li>• Le Seigneur des Anneaux : La Bataille pour la Terre du Milieu (AN)</li> <li>• Monster Hunter (JP)</li> <li>• Sacred (EU)</li> <li>• Tales of Symphonia (JP)</li> <li>• <b>World of Warcraft</b> (AN)</li> </ul>	-
2005	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dragon Quest 8 (JP)</li> <li>• Dungeon Lords (AN)</li> <li>• <u>Guild Wars</u> (AN)</li> <li>• Shadow of the Colossus (JP)</li> </ul>	-
2006	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Elder Scrolls 4: Oblivion (AN)</li> <li>• <u>The Legend of Zelda: Twilight Princess</u> (JP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medieval 2: Total War (EU)</li> </ul>
III		
2007	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heavenly Sword (EU)</li> <li>• The Witcher (EU)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Assassin's Creed</u> (EU)</li> </ul>
2008	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Age of Conan (EU)</li> <li>• Link's Crossbow Training (JP)</li> <li>• Tales of Vesperia (JP)</li> <li>• Warhammer Online: Age of Reckoning (AN)</li> </ul>	-
2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demon's Souls (JP)</li> <li>• Dragon Age: Origins (AN)</li> <li>• Monster Hunter Tri (JP)</li> <li>• Trine (EU)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Assassin's Creed 2</b> (EU)</li> </ul>
2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Castle Crashers</u> (AN)</li> <li>• Castlevania: Lords of Shadow (JP)</li> <li>• Dante's Inferno (AN)</li> <li>• Darksiders (AN)</li> <li>• Two Worlds 2 (EU)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Assassin's Creed: Brotherhood</u> (EU)</li> <li>• <u>Mount &amp; Blade: Warband</u> (Turquie)</li> </ul>
2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Dark Souls</u> (JP)</li> <li>• Dragon Age 2 (AN)</li> <li>• Dungeon Defenders (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Assassin's Creed Revelations</u> (EU)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Dungeon Siege 3</u> (AN)</li> <li>• <u>Magicka</u> (EU)</li> <li>• <u>Terraria</u> (AN)</li> <li>• <u>The Elder Scrolls 5: Skyrim</u> (AN)</li> <li>• <u>The Legend of Zelda: Skyward Sword</u> (JP)</li> <li>• <u>The Witcher 2</u> (EU)</li> <li>• <u>Trine 2</u> (EU)</li> </ul>	
2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Darksiders 2</u> (AN)</li> <li>• <u>Diablo 3</u> (AN)</li> <li>• <u>Dragon's Dogma</u> (JP)</li> <li>• <u>Guild Wars 2</u> (AN)</li> <li>• <u>Kingdoms of Amalur: Reckoning</u> (AN)</li> <li>• <u>Legend of Grimrock</u> (EU)</li> <li>• <u>Lego Le Seigneur des Anneaux</u> (EU)</li> <li>• <u>Orcs Must Die!</u> (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Chivalry: Medieval Warfare</u> (AN)</li> <li>• <u>Crusader Kings 2</u> (EU)</li> </ul>
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Brothers: A Tale of Two Sons</u> (EU)</li> <li>• <u>Dragon's Crown</u> (JP)</li> <li>• <u>Final Fantasy 14: Online</u> (JP)</li> <li>• <u>Ni no Kuni :La Vengeance de la Sorcière Céleste</u> (JP)</li> <li>• <u>Rogue Legacy</u> (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Age of Empires 2: HD Edition</u> (AN)</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Dark Souls 2</u> (JP)</li> <li>• <u>Divinity: Original Sin</u> (EU)</li> <li>★ <u>Dragon Age: Inquisition</u> (AN)</li> <li>☆ <u>La Terre du Milieu : L'Ombre du Mordor</u> (AN)</li> <li>• <u>Lords of the Fallen</u> (CI Games ; EU)</li> <li>• <u>Hyrule Warriors</u> (JP)</li> <li>• <u>Shovel Knight</u> (AN)</li> <li>• <u>The Elder Scrolls Online</u> (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Banished</u> (AN)</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Black Desert Online</u> (Corée)</li> <li>• <u>Pillars of Eternity</u> (AN)</li> <li>• <u>Tales of Zestiria</u> (JP)</li> <li>★ <u>The Witcher 3: Wild Hunt</u> (EU)</li> <li>• <u>Warhammer: End Times - Vermintide</u> (EU)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Total War: Attila</u> (EU)</li> </ul>
2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Dark Souls 3</u> (JP)</li> <li>• <u>Dragon Quest Builders</u> (JP)</li> <li>• <u>Tales of Berseria</u> (JP)</li> <li>• <u>Total War: Warhammer</u> (EU)</li> </ul>	-
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Conan Exiles</u> (EU)</li> <li>• <u>Divinity: Original Sin 2</u> (EU)</li> <li>• <u>Hollow Knight</u> (Australie)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>For Honor</u> (EU)</li> <li>• <u>Hellblade: Senua's Sacrifice</u> (EU)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La Terre du Milieu : L'Ombre de la Guerre (AN)</li> <li>• Slay the Spire (AN)</li> <li>• Total War : Warhammer 2 (EU)</li> <li>★ <b>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</b> (JP)</li> </ul>	
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dark Souls: Remastered (JP)</li> <li>• <b>Dead Cells</b> (EU)</li> <li>• <b>Dragon Quest 11</b> (JP)</li> <li>★ <b>God of War</b> (AN)</li> <li>☆ <b>Monster Hunter World</b> (JP)</li> <li>• Ni no Kuni 2 : L'Avènement d'un Nouveau Royaume (JP)</li> <li>• Octopath Traveler (JP)</li> <li>• Shadow of the Colossus (remake ; AN)</li> <li>• <b>Spyro Reignited Trilogy</b> (AN)</li> <li>• Warhammer: Vermintide 2 (EU)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kingdom Come: Deliverance</b> (EU)</li> </ul>
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blasphemous (EU)</li> <li>• Dragon Quest Builders 2 (JP)</li> <li>• Fire Emblem: Three Houses (JP)</li> <li>• <b>The Legend of Zelda: Link's Awakening</b> (JP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Plague Tale: Innocence (EU)</li> <li>• Mordhau (EU)</li> <li>• <b>Age of Empires 2: Definitive Edition</b> (AN)</li> </ul>
2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demon's Souls (remake ; AN)</li> <li>• Granblue Fantasy: Versus (JP)</li> <li>• Hyrule Warriors : L'ère du Fléau (JP)</li> <li>• <b>Minecraft Dungeons</b> (EU)</li> <li>• Mortal Shell (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Assassin's Creed Valhalla</b> (EU)</li> <li>• Crusader Kings 3 (EU)</li> <li>• Medieval Dynasty (EU)</li> </ul>
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bravely Default 2 (JP)</li> <li>• <b>Diablo 2: Resurrected</b> (AN)</li> <li>• Ender Lilies: Quietus of the Knights (JP)</li> <li>• <b>Monster Hunter Rise</b> (JP)</li> <li>• Monster Hunter Stories 2: Wings of Ruin (JP)</li> <li>• Tales of Arise (JP)</li> <li>• <b>Valheim</b> (EU)</li> <li>• <b>New World</b> (AN)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Age of Empire 4 (AN)</li> <li>• Chivalry 2 (AN)</li> </ul>
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ <b>Elden Ring</b> (JP)</li> <li>• Fire Emblem Warriors: Three Hopes (JP)</li> <li>☆ <b>God of War Ragnarök</b> (AN)</li> <li>• Total War: Warhammer 3 (EU)</li> <li>• Triangle Strategy (JP)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ A Plague Tale: Requiem (EU)</li> <li>• <b>Mount &amp; Blade 2: Bannerlord</b> (Turquie)</li> </ul>
2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>★ <b>Baldur's Gate 3</b> (EU)</li> <li>• <b>Diablo 4</b> (AN)</li> <li>• <b>Final Fantasy 16</b> (JP)</li> </ul>	-

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fire Emblem Engage (JP)</li> <li>• Lords of the Fallen (Hexworks ; EU)</li> <li>• Minecraft Legends (EU)</li> <li>• Octopath Traveler 2 (JP)</li> <li>☆ <b>The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom</b> (JP)</li> </ul>	
---	--

## 31 2. Imaginaire d'autres Moyen Âge

Année de sortie	Moyen Âge arabo-musulman	Chine des Trois Royaumes	Japon féodal
I			
1989	• Prince of Persia (AN)	-	-
1993	• Disney's Aladdin (Capcom ; JP) • Disney's Aladdin (Virgin Game ; EU)	-	-
II			
1998	-	-	• Tenchu: Stealth Assassins (JP)
2000	-	-	• Tenchu 2: Birth of the Stealth Assassins (JP)
2001	-	• Dynasty Warriors 3 (JP)	• Onimusha: Warlords (JP)
2002	-	-	• Onimusha 2: Samurai's Destiny (JP)
2003	• <u>Prince of Persia : Les sables du temps</u> (EU)	• Dynasty Warriors 4 (JP)	-
2004	• Prince of Persia : L'Âme du guerrier (EU)	-	• Samurai Warriors (JP)
2005	• Prince of Persia : Les deux royaumes (EU)	• Dynasty Warriors 5 (JP)	-
III			
2008	• Prince of Persia (EU)	-	-
2011	-	-	• Total War: Shogun 2 (EU)
2017	-	-	• Nioh (JP)

2019	-	• Total War: Three Kingdoms (EU)	★ <b>Sekiro: Shadows Die Twice</b> (JP)
2020	-	-	☆ <b>Ghost of Tsushima</b> (AN) • Nioh 2 (JP)
2023	• <b>Assassin's Creed Mirage</b> (EU)	• Wo Long: Fallen Dynasty (JP)	-

32

---

## NOTES

1. D'après les données du Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL), consultables sur leur site Web.
2. D'après une étude du Ministère de la Culture - URL : <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Industries-culturelles-et-creatives/Etats-Generaux-des-industries-culturelles-et-creatives/Etude-Panorama-des-Industries-Culturelles-et-Creatives>.
3. Voir aussi à ce sujet Vincent Berry, Manuel Boutet, Isabel Colón de Carvajal, Samuel Coavoux, David Gerber, Samuel Rufat, Hovig Ter Minassian, Mathieu Triclot et Vinciane Zabban, *La fin du game ? Les jeux vidéo au quotidien*, Tours, Presses universitaires François-Rabelais, 2021.
4. Données disponibles dans le bilan du marché français 2023 du SELL (voir note 1) à la p. 25.
5. Voir par exemple Anne Besson, *Constellations. Des mondes fictionnels dans l'imaginaire contemporain*, Paris, CNRS Éditions, 2015, p. 235-473 en particulier.
6. En plus des références indiquées au fil de l'article, voir par exemple Laurent di Filippo, « Jeux vidéo », dans Anne Besson, William Blanc et Vincent Ferré (dir.), *Dictionnaire du Moyen Âge imaginaire... op. cit.*, p. 259-263 ; Anne Besson (dir.), *Dictionnaire de la fantasy... op. cit.*, p. 199-205 ; Alexis Léonard, « "Le Moyen Âge de loin" : créations et créativité autour des jeux vidéo », et Matthieu Letourneux, « Mon joystick gagne la guerre de Cent Ans. Le Moyen Âge des jeux vidéo », dans Séverine Abiker, Anne Besson et Florence Plet-Nicolas (dir.), *Le Moyen Âge en jeu*, Pessac, Presses Universitaires de Bordeaux, 2010, p. 105-115 et 117-128 ; ou encore Carol L. Robinson, « An Introduction to Medievalist Video Games », dans Karl Fugelso et Carol L. Robinson (dir.), *Studies in Medievalism, XVI: Medievalism in Technology Old and New*, Boydell & Brewer, 2008, p. 123-124.
7. Soit un jeu japonais, *The Legend of Zelda: Tears of the Kingdom* (sorti en mai 2023 ; 973 255 exemplaires vendus), un jeu français, *Assassin's Creed Mirage* (octobre 2023 ; 328 989 exemplaires) et un jeu nord-américain, *Diablo 4* (juin 2023 ; 168 083 exemplaires).
8. Sur la définition et les contours de l'imaginaire du Moyen Âge fantastique occidental, voir notamment Anne Besson (dir.), *Dictionnaire de la fantasy*, Paris, Vendémiaire, 2018, p. 262-269 en particulier ; et Anne Besson, William Blanc et Vincent Ferré (dir.), *Dictionnaire du Moyen Âge imaginaire. Le médiévalisme, hier et aujourd'hui*, Paris, Vendémiaire, 2022, p. 157-162 en particulier.
9. Par cette expression, nous désignons les univers vidéoludiques qui se présentent comme une reconstitution authentiquement historique (en s'appuyant généralement sur les représentations

communes et stéréotypes rattachés au « vrai » Moyen Âge), notamment dans sa narration, dans son aspect visuel et dans son *gameplay*. Sur cette question complexe de l'imaginaire du « vrai » Moyen Âge et de son adaptation aux contraintes des produits de divertissement, voir notamment William Blanc, « Authenticité », dans Anne Besson, William Blanc et Vincent Ferré (dir.), *Dictionnaire du Moyen Âge imaginaire... op. cit.*, p. 51-52 ; Romain Vincent, « Médiévalisme et jeux vidéo. Jouer au Moyen Âge à l'école », dans Martin Aurell, Florian Besson, Justine Breton et Lucie Malbos (dir.), *Les médiévistes face aux médiévalismes*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2023, p. 127-138 ; Alberto Venegas Ramos, « Seeing and Playing the Middle Ages: Problems and Limitations in the Virtual and Video-play Reconstruction of the Medieval Past », *Imago temporis: medium Aevum*, 16, 2022, p. 433-448 ; Robert Houghton (dir.), *Teaching the Middle Ages through Modern Games. Using, Modding and Creating Games for Education and Impact*, Berlin, De Gruyter, 2022 ; Karl Alvestad et Robert Houghton (dir.), *The Middle Ages in Modern Culture. History and Authenticity in Contemporary Medievalism*, Londres, Bloomsbury, 2021 ; Adam Chapman, *Digital Games as History. How Videogames Represent the Past and Offer Access to Historical Practice*, New York, Routledge, 2016.

10. Il s'agit du seuil généralement retenu à la fois par les éditeurs et les développeurs (dépasser le million d'exemplaires vendus pour un jeu permet d'en faire un argument promotionnel) et par la presse spécialisée.

11. Sur les données relatives aux ventes, voir l'introduction des tableaux en annexe de cet article.

12. La première console de jeux domestique vendue au grand public, la Magnavox Odyssey (1972), ne s'écoule qu'à environ 350 000 exemplaires dans le monde. Parmi les 28 jeux disponibles sur la console, aucun ne se déroule dans un univers relevant de l'imaginaire du Moyen Âge.

13. On peut notamment penser au succès, au même moment, du film *Sacré Graal !* des Monty Python (1975), de *l'Excalibur* de John Boorman (1981) ou encore du jeu de rôle sur table *Donjons et Dragons* (1974) dont nous parlons ensuite.

14. Voir par exemple Mark J. P. Wolf, *Before the crash: early video game history*, Detroit, Wayne State University Press, 2012.

15. Voir à ce sujet Sébastien Wit, « L'imaginaire du Moyen Âge européen dans la fantasy japonaise », *Mundus Fabula [En ligne]*, 2022 - URL : <https://doi.org/10.58079/repp>.

16. C'est par exemple le cas de *Final Fantasy 2* (1988) et 3 (1990) ou encore de *Dragon Quest 5* (1992) et 6 (1995), qui ne sont exportés en Occident qu'une quinzaine d'années après leur sortie au Japon.

17. En témoigne par exemple, dans la même période, le grand succès des romans du *Trône de fer* de George R. R. Martin (1996 et suiv.) et surtout de la trilogie cinématographique du *Seigneur des anneaux* de Peter Jackson (2001-2003), qui entraîne d'ailleurs un grand nombre d'adaptations de l'univers de Tolkien en jeu vidéo à partir de 2002 (voir annexe).

18. Voir note 9.

19. Face à l'accroissement rapide de la puissance des machines de jeu, le marché informatique s'est progressivement scindé en deux grands types de produits : les ordinateurs bureautiques et les ordinateurs dits « *gaming* » qui embarquent des composants électroniques plus performants et coûteux.

20. On peut par exemple penser au succès considérable de la trilogie cinématographique *The Hobbit* (2012-2014), des romans puis de l'adaptation en série TV (2011 et suiv.) de l'univers de *Game of Thrones*, ou encore des séries *Vikings* (2013 et suiv.) et *The Last Kingdom* (2015 et suiv.).

21. Sur le discours et les enjeux autour du « réalisme historique » de la saga *Assassin's Creed* en particulier, voir Julien Bazile, « Le champ historien comme terrain de jeu. La conception de jeux vidéo d'histoire face au "droit de véto" des sources », *Cahiers de Narratologie [En ligne]*, 42, 2022 - URL : <https://doi.org/10.4000/narratologie.14053> et « La perspective de l'action. Pistes pour l'interprétation du jeu vidéo historique : l'exemple d'*Assassin's Creed* », dans Marc-André Éthier, Alexandre Joly-Lavoie et David Lefrançois (dir.), *Mondes profanes. Enseignement, fiction et histoire*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2018, p. 219-238.

22. Sur cette œuvre en particulier, voir Justine Breton, *The Witcher, un monde de légendes : romans, jeux vidéo, séries*, Paris, Bragelonne, 2023.
23. Cette mécanique de jeu, que l'on trouve dès les années 1980 dans des jeux comme *Ghosts 'n Goblins*, repose sur l'idée que le joueur doit échouer régulièrement pour apprendre de ses échecs et progresser dans le jeu par étapes.
24. Voir notamment Mathieu Potte-Bonneville (dir.), *Game of Thrones, série noire*, Paris, Les Prairies Ordinaires, 2015 et Anne Besson (dir.), *Game of Thrones : nouveau modèle pour la fantasy ? Actes du colloque des Imaginales 2020* », Chambéry, ActuSF, 2021.
25. *Pac-Man, Duck Hunt, Super Mario Bros., Super Mario Bros. 3, Super Mario World, Super Mario All-Stars, Sonic the Hedgehog, Street Fighter 2*.
26. Anne Besson, William Blanc et Vincent Ferré (dir.), *Dictionnaire du Moyen Âge imaginaire... op. cit.*, p. 157-162.
27. Voir notamment Laurent Di Filippo, *Du mythe au jeu. Approche anthropo-communicationnelle du Nord. Des récits médiévaux scandinaves au MMORPG Age of Conan: Hyborian Adventures*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication et en Études nordiques sous la direction de Jacques Walter et Jürg Glauser, Université de Lorraine et Université de Bâle, 2016 ; et Pierre-Brice Stahl, « Médiévalisme boréal et séries télévisées », *Médiévales*, 78, 2020, p. 57-68.
28. <https://thegameawards.com>.
29. Voir par exemple Hovig Ter Minassian, « Les jeux vidéo : un patrimoine culturel ? », *Géographie et cultures*, 82, 2012, p. 121-139, Sarah Meunier, « Les recherches sur le jeu vidéo en France : émergence et enjeux », *Revue d'anthropologie des connaissances*, 11, 3, 2017, p. 379-396 et Vincent Berry, Manuel Boutet, Isabel Colón de Carvajal, Samuel Coavoux, David Gerber, Samuel Rufat, Hovig Ter Minassian, Mathieu Triclot et Vinciane Zabban, *La fin du game ?... op. cit.*
30. Pour les données relatives au box-office mondial, on peut par exemple consulter la base de données en ligne <https://www.boxofficemojo.com> (rattachée à la firme IMDb).
31. Ces données, ponctuellement communiquées par les éditeurs et/ou les développeurs dans les quelques mois et années suivant la sortie d'un jeu, afin de rendre compte aux investisseurs et faire de la publicité auprès des consommateurs, sont particulièrement dispersées. Elles sont généralement relayées dans la presse spécialisée (IGN, Famitsu, Eurogamer, Jeuxvideo.com, etc.) et en partie agrégées dans des bases de données comme celles des firmes anglaises VGChartz et Video Game Insights ainsi que sur des wikis communautaires (on peut par exemple explorer les « [Lists of best-selling video games by platform](#) » du Wikipédia anglophone ou encore le wiki fandom « [Video Game Sales](#) »).

---

## RÉSUMÉS

Le jeu vidéo domestique constitue aujourd'hui un marché culturel mondialisé de masse, et l'imaginaire du Moyen Âge – qu'il soit fantastique ou « vraisemblant » – y rencontre un succès considérable. À partir d'un corpus d'environ 200 best-sellers sortis entre 1980 et 2023, cet article propose d'établir un tableau synthétique de l'histoire de ce médiévalisme vidéoludique à succès et d'en interpréter les grandes tendances au regard de celles de la culture populaire, de l'évolution rapide des possibilités techniques, des acteurs et de la configuration changeante de l'industrie du jeu vidéo, de l'élargissement progressif du public consommateur et de la

circulation d'influences au sein du champ vidéoludique comme avec d'autres médias. Trois grandes séquences sont ainsi identifiées : celle d'un premier essor commercial d'une *heroic fantasy* vidéoludique archétypale (c.1980-c.1994) ; celle d'une importante diversification du médiévalisme vidéoludique à succès, qui se traduit notamment par l'essor d'une fantasy plus sombre et nuancée ainsi que d'imaginaires du « vrai » Moyen Âge et de Moyen Âge non-européens (c.1995-c.2006) ; et celle enfin du grand triomphe commercial de ce médiévalisme dans le monde du jeu vidéo (depuis c.2007), qui malgré sa diversité promeut essentiellement un imaginaire du Moyen Âge occidental – fantastique et « réel » – et ses stéréotypes.

## INDEX

**Mots-clés** : culture populaire, fantasy, Moyen Âge, jeu vidéo, médiévalisme

## AUTEURS

### LIONEL GERMAIN

Docteur en histoire médiévale de l'Université Paris-Saclay, chercheur postdoctorant à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (LaMOP UMR 8589)

germain.lionel@gmail.com

Docteur en histoire médiévale, Lionel Germain est chercheur postdoctorant à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (LaMOP). Ses travaux portent sur l'histoire politique et sociale de la France urbaine du second Moyen Âge, ainsi que sur les crises et reconfigurations économiques dans le monde méditerranéen à la fin du Moyen Âge. Il s'intéresse également à la diffusion contemporaine des connaissances et des représentations imaginaires de l'Occident médiéval. Il a notamment participé au blog « Actuel Moyen Âge » et aux podcasts « Passion Médiévistes » (Fanny Cohen Moreau) et « On faisait comment avant ? » (Sébastien Thomas, France TV).

### SIMON SALIOU

simonsaliou@gmail.com

Simon Saliou est président de l'association « Kemp'deck » (Finistère). Il organise, en lien avec divers organismes publics et privés, des événements et animations autour des médias ludiques de la culture populaire (jeux de rôle, jeux de société et jeux vidéo), en particulier de la science-fiction et du médiéval fantastique.