

Chères lectrices, chers lecteurs,

Olivier Badot

Directeur scientifique de Perspectives culturelles de la consommation

ESCP Europe

Université de Caen Basse-Normandie (IAE/NIMEC)

> olivier.badot@unicaen.fr

VOICI LA PREMIÈRE LIVRAISON de *Perspectives culturelles de la consommation*. Si celle-ci a légèrement tardé, c'est que nous avons porté un soin tout particulier au respect des règles les plus rigoureuses en matière de processus scientifique: de la constitution des comités au mécanisme de révision des soumissions. Avoir l'honneur de porter un tel projet scientifique contraint à des devoirs que nous nous efforcerons de respecter le plus scrupuleusement possible. Permettez-moi de rappeler l'ambition scientifique de la revue *Perspectives culturelles de la consommation*, qui pourrait être définie par les deux propositions suivantes: haute rigueur scientifique et coconstruction des recherches.

Si les approches dites « qualitatives » sont trop souvent considérées comme le parent pauvre de postures plus positivistes – sorte de « plan b » au côté de recherches quantitatives considérées comme assurant des publications dans des revues de premier rang dans les classements académiques –, l'ambition de *Perspectives culturelles de la consommation* est tout autre. À la rigueur scientifique du contenu des recherches publiées, fait écho un dispositif de gestion administrative et éditoriale similaire à celui des revues à la reconnaissance scientifique élevée: équipe managériale et comité scientifique composés de membres d'origine variée, internationale et à la réputation scientifique incontestable, quatre « rounds » d'évaluation en « double aveugle » des articles soumis, trois évaluateurs par article, appel marginal à des évaluateurs externes au comité de lecture, édition par les Presses universitaires de Caen, etc. C'est pour garantir ce niveau de rigueur élevé que la revue *Perspectives culturelles de la consommation* sera, dans un premier temps, publiée à raison de deux livraisons par an, rythme de publication qui sera ensuite porté à trois livraisons.

Cette rigueur dans les contenus et les dispositifs se veut avant tout au service de la communauté et des contributeurs. C'est pour cela que l'équipe scientifique de la revue a défini une charte des auteurs et une charte des évaluateurs afin, d'une part, de garantir la haute tenue des travaux et, d'autre part, d'affirmer le positionnement humaniste des débats. Ainsi, sous le contrôle des rédacteurs en chef, chacun s'engage à contribuer, durant le processus d'évaluation d'un article, à une cocréation harmonieuse de publications robustes et originales, au service de la connaissance académique.

Avant de vous laisser découvrir les premières contributions, permettez-moi de remercier l'importante équipe au service de ce projet scientifique: les rédacteurs en chef, les professeurs Bernard Cova et Marc Filser, instigateurs et infatigables passeurs de ce courant

dans la recherche contemporaine en marketing, les membres du conseil d'administration, et, tout particulièrement, M. le Directeur de l'IAE de Caen Basse-Normandie, institution qui soutient activement la revue, les responsables de rubriques, le professeur Joël Brée, directeur du NIMEC, pour l'accueil matériel de la revue, les professeurs Christine Petr et Jean-François Trinqucoste, les membres du comité scientifique, les membres du comité de lecture et Mme Edwige Orange, très efficace secrétaire de rédaction. Mes remerciements vont également à l'équipe des Presses universitaires de Caen, pour leur soutien sans faille à ce projet et pour leur extrême rigueur toujours bienveillante et constructive, ainsi qu'à M. Gaël Letranchant qui a bien voulu assurer la diffusion et la coédition de la revue à travers les Éditions Management & Société. Finalement, mes remerciements vont aux auteurs qui n'ont pas hésité, malgré le caractère naissant de *Perspectives culturelles de la consommation*, à soumettre des recherches d'une grande qualité ainsi qu'à l'Association française de marketing qui ne cesse d'encourager et d'aider ce projet, tant par ses conseils et orientations scientifiques que par son soutien organisationnel.

Bonne lecture et n'hésitez pas à vous abonner !