

Heritage Radio en com- un rayon sur l'alimenta

Par **IRIS DERCEUX**
Correspondante à New York
Photos **ALEX TROESCH**

Nous débarquons dans un studio fait de bois, de bric et de broc, où se fabrique l'une des radios new-yorkaises les plus populaires du moment : Heritage Radio Network. Une station 100% web, produite dans des conteneurs réaménagés en studio, installée dans le jardin d'un restaurant bio et branché de Brooklyn, au beau milieu de hangars désaffectés. Ici, le mélange radio-resto ne dérange absolument personne, notamment parce que Heritage Radio Network est entièrement consacrée au thème de la nourriture, de la ferme à l'assiette en passant par la politique agricole, environnementale ou encore le pouvoir de l'agrobusiness.

L'alimentation est ici un angle de décryptage des Etats-Unis. L'objectif est ambitieux : «*Nous voulons devenir le ESPN de la nourriture!*» lâche le fondateur des lieux, Patrick Martins, se référant ainsi à la grande chaîne câblée américaine entièrement dévolue aux sports. Ils n'ont pas tout à fait les mêmes moyens ni la même approche... Ici, on entretient sa niche avec un regard militant, souvent marqué

«Ils ont fait de la nourriture un sujet complexe, riche, et pas seulement une affaire de recettes. C'est une réserve de savoirs, mais avec un ton, une saveur underground.»

Peter J. Kim codirecteur du Mofad à New York

à gauche et définitivement hipster. C'est sérieux mais également branché, artisanal et libre. Avantage du Web, il est possible de jurer à souhait pendant les talk-shows. La webradio est ainsi emblématique d'un style «do it yourself» très en vogue à Brooklyn : réaliser de grandes choses avec des moyens certes limités, mais beaucoup de pragmatisme, de cool et de créativité. «*Vous connaissez le terme "terroir" ?*» interroge Patrick Martins, en français - trace de son passage à l'université de Grenoble. «*Brooklyn est plutôt un "têtoir"*, poursuit-il en riant, fier de son jeu de mot. *Il y a une émulation et une énergie créatrice folle ici, il en sort de belles choses.*»

FERMES LOCALES. Cinq ans après sa création, Heritage Radio Network revendique plus d'un million d'auditeurs et une bibliothèque de podcasts qui circulent sans se périmier aux Etats-Unis et dans quelque 200 pays. Au-delà des chiffres, elle s'est surtout construite une réputation. «*Ils ont fait de la nourriture un sujet complexe, riche, et pas seulement une affaire de recettes. C'est une réserve de savoirs, mais avec un ton, une saveur underground*», s'enthousiasme Peter J. Kim, codirecteur du nouveau Museum of Food and Drink (Mofad) de New York. «*La radio est un truc de vieux aux Etats-Unis. Ils ont réussi à capter l'attention de jeunes que les médias*



Patrick Martins (à gauche) lors d'une de ses émissions dans les locaux de la radio.



Les conteneurs de la station sont dans le jardin d'un resto hipster de Brooklyn.

ont de plus en plus
Colameco, an
sur de grands
son show sur
L'idée a germé
les années 20
Heritage Food
duites dans de
initiateurs dur
fan de Carlo P
vement. «*Da*
radio clandest
raconte Patri
être un média
de nécessiter u
Il songe donc
de «*susciter c*
pour qu'ils pre
que les Franç

BÉNÉVOLES.

C'est d'abord
ritage Foods,
dépendante.
et repose sur
bilité d'entra
que, et quelq
fonctionne ain
(219 000 euro
une armée d'
nant avec leu
une marque s
Patrick Marti
ne serait poss
lontaire». «*L*
mateurs», ass
animer autan
à soixante mi
cast. Dans Ca
répond à tout
blic, de la déc
du frigo en p
consacré à la
et ranchers am
se penche sur
Lors de notre
discutent séri
parant leur ta
Qu'est-ce qu
breux à cette
d'une carrière
tage le goût de
lieu «*corporate*
reau. Particip
réseau, le cult
des opportunit
de Beer Sessio
new-yorkais.
rable, écologi
banks, codire
«*Les problèm*
visibles aux Et
s'en soucier.»