



Monika Dürst, aujourd'hui.

Texte: Johanna Lier / Photo: Silvia Luckner



“**M**onika aime être photographiée. Dans sa prochaine vie, elle devrait vraiment se réincarner en femme glamour.” Renate Müller, accompagnante à Salsa, le groupe d’habitation externe de la Fondation Behinda, regarde en souriant Monika Dürst. Cette dernière pose devant un hibiscus pour notre photographe. Elle tient fièrement devant elle une fleur cueillie de l’arbuste qui a la même couleur que son t-shirt.

Nous sommes dans le jardin du lotissement où se trouve depuis trois ans le groupe d’habitation externe Salsa. Des enfants jouent. Les gens se hâtent à la maison. De partout arrivent d’alléchantes odeurs de souper.

Dix ans, c’est long. Il ne s’est pourtant pas passé grand chose entre-temps, selon Monika. Renate la contredit. Depuis 2000, Monika a déménagé trois fois. La dernière fois pour s’installer ici. Où elle a pu pour la première fois choisir ses colocataires et son accompagnante de référence.

Nous sommes maintenant installés sur la terrasse. Les couverts pour le souper sont déjà mis. Denise, la colocataire de Monika a préparé de la ratatouille accompagnée de polenta. “Nous cuisinons toujours nous-mêmes, dit

Une prise de vue inoubliable

Pour les 40 ans d’insieme Suisse, une jeune punk et une jeune femme mentalement handicapée ont posé côte à côte sur une affiche. Le slogan demandait alors qui des deux était “normale” et affirmait que la réponse était une question de point de vue. Avec cette affiche, insiema a voulu défendre les droits des personnes avec une déficience intellectuelle. Nous avons rencontré Monika Dürst. Modèle il y a dix ans, elle a aujourd’hui 37 ans. Nous lui avons demandé ce qu’elle pense de l’affiche, après l’avoir à nouveau photographiée.

Monika. Moi, je fais chaque jeudi une tarte aux pruneaux ou un gratin de pommes de terre.” Elle rit joyeusement.

Que de souvenirs!

Monika regarde l’affiche pour laquelle elle a posé, il y a dix ans. Elle étudie chaque détail. Elle se souvient qu’une dame l’avait alors longtemps maquillée et peint ses lèvres, le contour de ses yeux et ses ongles en violet. La coiffure avait aussi demandé beaucoup de travail. Elle a toujours la bague et le bracelet qu’elle porte sur l’affiche. “Tout est dans ma chambre”, dit-elle.

La jeune punk qui se trouve à ses côtés ne lui plaît pas vraiment. Elle a une étrange coupe de cheveux et elle tire la langue. Mais elle se souvient avec plaisir de la séance de photo. Elle avait beaucoup ri et essayé de nombreuses poses différentes.

Est-ce qu’elle sait que le message de l’affiche qui veut dire que les personnes mentalement handicapées sont des membres tout à fait normaux de la société? Monika acquiesce... sans rien ajouter. Renate explique que Monika a une relation décontractée avec elle-même. Elle prend les choses comme elles viennent. Et quand quelqu’un la dévisage, elle dévisage à son tour ou le salue sympathiquement. “Tu te souviens, nous avons aussi discuté du fait que les accompagnants ont aussi parfois une case en moins?”, demande Renate. Mais Monika

ne semble pas s’intéresser à la question. Elle préfère parler de son cours de danse et de ses vacances sur l’île de Majorque. Et se réjouit énormément de voir la photo qui a été faite d’elle aujourd’hui, dix ans après sa grande et inoubliable séance de photo.

OSER LA PROVOCATION

En publicité, l’objectif est de réussir à interpeller le public cible. Roland Sutter, Chief Managing Director de l’agence nouvellement nommée Hesskisszulzersutter (anciennement Sulzer, Sutter AG), se rappelle très bien de cette campagne qui contrairement à la règle devait pour une fois s’adresser à un “public-non-cible”. Il s’agissait en effet ici d’intéresser des gens qui n’étaient absolument pas concernés à la question du handicap mental. Pour y arriver, il fallait avoir le courage de provoquer. Cela n’allait pas de soi à l’époque et il a fallu un long processus pour que l’idée soit acceptée au sein de l’association. La mise côte à côte de personnes vivant au ban de la société (punks) et de personnes déficientes intellectuelles a rencontré de nombreuses résistances. Roland Sutter parle du difficile équilibre à trouver entre besoin d’harmonie et provocation. Selon lui, cette campagne a surtout eu un effet à l’interne: l’organisation insiema a fait l’expérience que l’on peut oser se montrer provocateur et offensif pour se faire remarquer du grand public.