

La démarche de Cindy Bannani part de la nécessité de redécouvrir l'héritage d'une histoire familiale complexe. L'artiste travaille sur la visibilité et la particularité des histoires appartenant aux minorités marquées par un passé colonial. Elle s'inspire de l'histoire de sa famille et de ses proches et s'inscrit dans des problématiques liées à l'image et aux langages, notamment ceux utilisés comme outils de domination et d'assimilation. Par exemple, pour son exposition au Magasin CNAC de Grenoble (2022-2023), Cindy Bannani est partie de la Marche pour l'égalité et contre le racisme d'octobre 1983, événement éludé par l'histoire officielle et cependant ancré dans les mémoires des familles issues de l'immigration. L'artiste s'était également appuyée sur les archives visuelles et sonores des marches faisant suite au décès de Zyed et Bouna en 2006 et à celui d'Adama Traoré en 2020. Cindy Bannani montre comment chacune de ces manifestations civiques a pu exister en s'inspirant ou en se réappropriant les stratégies des précédentes.

En collaboration avec Tom Edgar Stockton, le projet « Car (si) le soleil n'a pas de patrie » prend pour point de départ une affaire qui a été relayée par la presse sensationnaliste et par des rapports officiels : le 8 juin 2012, plus de 200 travailleurs marocains sont rapatriés au Maroc depuis la France après avoir été bloqués à quai au port de Sète pendant 7 mois suite à une saisie des navires et leur immobilisation pour non paiement de leur dette de fioul. L'équipage a manqué de vivres, d'électricité et d'eau chaude et se sont retrouvés confinés. Ils faisaient partie des équipages des trois ferries assurant le transport régulier de passagers entre les ports de Tanger au Maroc et de Sète en France. Pour leur projet, Cindy Bannani et Tom Edgar Stockton souhaitent retrouver les acteurs de ce « fait divers » pour recueillir leur témoignage et leur expérience. Il s'agira ainsi de performer (*re-enactment*) cette histoire à travers le médium du sitcom, reconstruire le récit dans des épisodes bouteille, caractérisées jusque dans leur esthétique par leurs faibles coûts de production. Tout en faisant écho au format du sitcom marocain, les artistes souhaitent subvertir le vocabulaire des médias capitalistes pour aborder des questions sociétales complexes à travers le langage populaire et la mise en place d'une nouvelle forme d'hospitalité.