

*Bonjour, Je m'appelle Mariii,  
Je suis graphiste web & print depuis 2009*

*Je mets ma créativité et mon expertise au service de vos projets.  
Identité visuelle, design web, affiches, évènementiel, livrets, dépliants... chaque support est  
une opportunité de donner vie à votre message avec esthétisme et cohérence.*

*Une question ? Un projet ? N'hésitez pas à me contacter !*

*Email : mmantopoulos@gmail.com*

*Téléphone : 06 64 15 95 29*

*Site web : mariii.fr*

2016-2022

## Ferpection

Service de test utilisateurs

Création et intégration HTML/CSS du site vitrine de l'agence de conseil en recherche utilisateurs. Le site est entièrement responsive et valide 91% des critères d'accessibilité (RGAA version 4).

The image displays four devices (laptop, tablet, smartphone, and desktop) showing the Ferpection website. Red arrows point from the desktop screen down to the other three devices, indicating responsive design.

**Desktop View:**

- Header:** Ferpection rejoint l'équipe Unguess +33 1 76 40 00 15 hello@ferpection.com
- Navigation:** Nos accompagnements, Nos solutions, Clients, Ressources, À propos, Devenir testeur, French flag
- Section:** Tests utilisateurs à distance
- Sub-section:** Méthodologie de l'étude
- Content:**
  - 10-30 utilisateurs selon ciblage, pour chaque pays de votre choix
  - Résultats en 7 à 10 jours ouvrés
  - Permet d'avoir des retours rapides, sur un échantillon plus varié d'utilisateurs dans leur environnement habituel
    - Scénario de 3 à 10 étapes
    - Récolte de 100 à 300 retours positifs ou négatifs
    - Modéré a posteriori
- Call-to-action:** Demander un devis

**Tablet View:**

- Header:** Ferpection rejoint l'équipe Unguess +33 1 76 40 00 15 hello@ferpection.com
- Navigation:** Nos accompagnements, Nos solutions, Clients, Ressources, À propos, Devenir testeur, French flag
- Section:** Tests utilisateurs à distance
- Sub-section:** Méthodologie de l'étude
- Content:**
  - 10-30 utilisateurs selon ciblage, pour chaque pays de votre choix
  - Résultats en 7 à 10 jours ouvrés
  - Permet d'avoir des retours rapides, sur un échantillon plus varié d'utilisateurs dans leur environnement habituel
    - Scénario de 3 à 10 étapes
    - Récolte de 100 à 300 retours positifs ou négatifs
    - Modéré a posteriori
- Call-to-action:** Demander un devis

**Smartphone View:**

- Header:** Ferpection rejoint l'équipe Unguess +33 1 76 40 00 15 hello@ferpection.com
- Navigation:** Devenir testeur, French flag
- Section:** Tests utilisateurs à distance
- Sub-section:** Méthodologie de l'étude
- Content:**
  - 10-30 utilisateurs selon ciblage, pour chaque pays de votre choix
  - Résultats en 7 à 10 jours ouvrés
  - Permet d'avoir des retours rapides, sur un échantillon plus varié d'utilisateurs dans leur environnement habituel
    - Scénario de 3 à 10 étapes
    - Récolte de 100 à 300 retours positifs ou négatifs
    - Modéré a posteriori
- Call-to-action:** Demander un devis

**Laptop View:**

- Header:** Ferpection rejoint l'équipe Unguess +33 1 76 40 00 15 hello@ferpection.com
- Navigation:** Nos accompagnements, Nos solutions, Clients, Ressources, À propos, Devenir testeur, French flag
- Section:** Tests utilisateurs à distance
- Sub-section:** Méthodologie de l'étude
- Content:**
  - 10-30 utilisateurs selon ciblage, pour chaque pays de votre choix
  - Résultats en 7 à 10 jours ouvrés
  - Permet d'avoir des retours rapides, sur un échantillon plus varié d'utilisateurs dans leur environnement habituel
    - Scénario de 3 à 10 étapes
    - Récolte de 100 à 300 retours positifs ou négatifs
    - Modéré a posteriori
- Call-to-action:** Demander un devis

2021-2022

## Ferpection

Service de test utilisateurs

Développement et création d'une interface de traitement des retours issus des tests utilisateurs. Cette interface à destination des experts de la recherche UX propose un système de filtrage avancé, et des possibilités de création et comparaison de sous-échantillons.

### Face Architect Personas / 543 Data Pieces

Filter data Export list Client language

30 Users 201 Negative feedback 109 Positive feedback 509 Answers

#### Remote user test

##### Sample qualification

Purchase frequency: How often do you purchase nail polish?

Single choice question - Required - 30 users - 30 answers

Purchase Frequency	Percentage
Everyday	25%
Several times a week	11%
Once a week	36%
Once or twice a month	9%
Once or twice a year	22%
Never	6%

#### Filter Data

Name selection to save the view

Configure Filters

UX methods

Studies

Steps

Tags

Feedback sentiment

Data type

User gender

User age

User country

User name

Device

Media

Purchase frequency

Purchased brands

User score

Sample socio-demo

Sample experience

Sample qualification

1. Home page

2. Research

3. Add to cart

4. Delivery by mail

4. Delivery by UPS

4. Click & collect

Q: Delivery options satisfaction

5. Create account

6. Confirmation

7. Promo code

8. Payment

9. Checkout

10. E-mail

Post-test

#### Insights Map

Level of severity

Amount of impacted users

4 Insights

Maintain

Amplify

Monitor

Prioritize

Each user is asked to grade the experience on a scale from 1 to 5.  
Average of ferpection user score : 3.83 - Average of ferpection for beauty sector : 3.95

#### User Scores

User scores vary significantly between China and the United-States on one side and France on the other. This can be explained by the look and feel of the app.

China: 2,9/5

France: 4/5

United-States: 2/5

3,83 Ferpection average

Each user is asked to grade the experience on a scale from 1 to 5.  
Average of ferpection user score : 3.83 - Average of ferpection for beauty sector : 3.95

#### User Journey

% of positive feedback at each step.

78% Young female prospect

All users Young female prospect China France United States

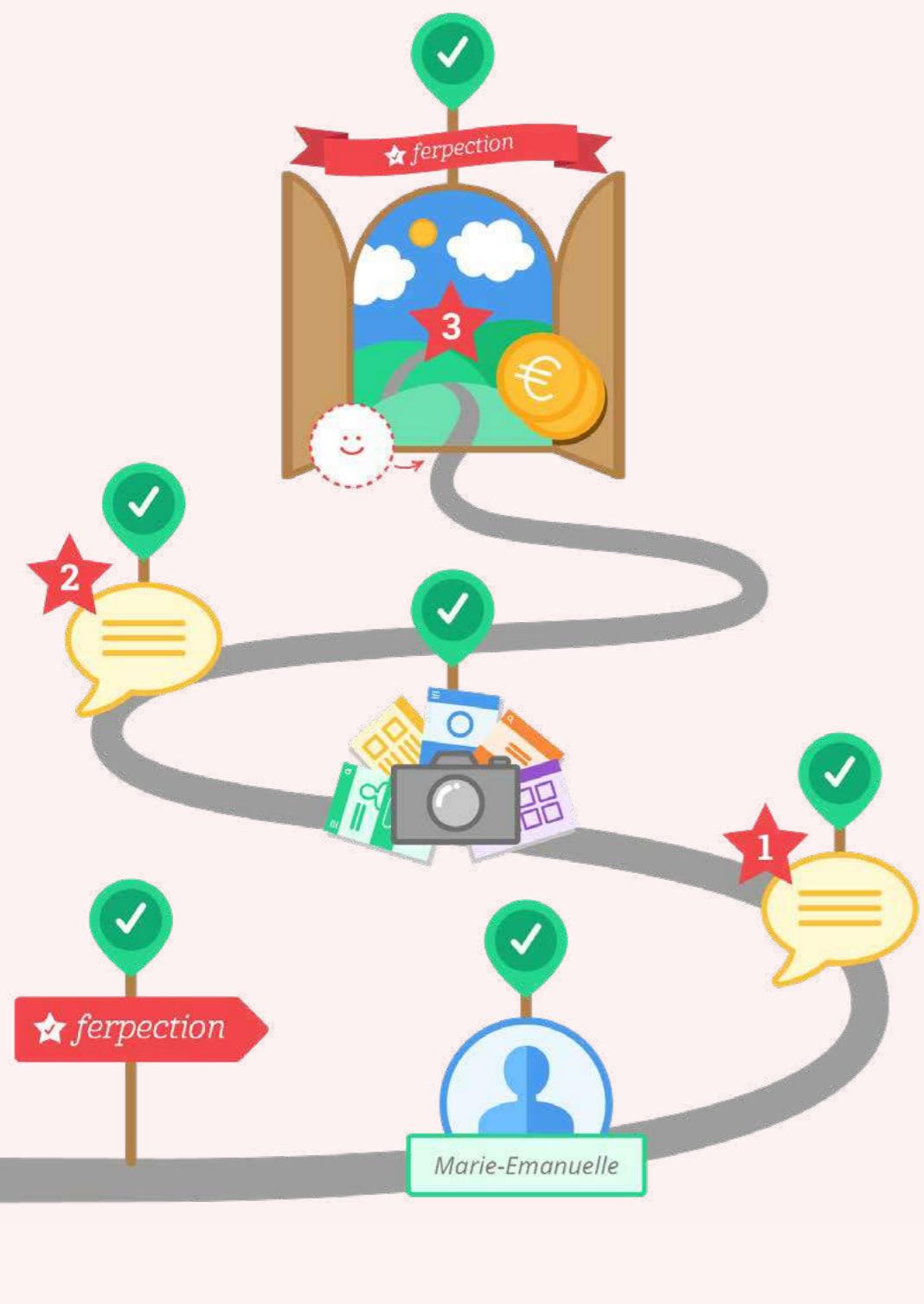
First impression Natural hair color The right shade Selfie Selfie comparison Grey hair Recommendation Price Checkout Recap

2016

## Ferpection

Service de test utilisateurs

Pour rejoindre le panel de testeurs chez Ferpection, l'inscription seule ne suffit pas : un petit test est également requis. Afin de rendre ce processus fluide et agréable, il est divisé en étapes et allégé grâce à des techniques de gamification. Ainsi, chaque étape devient plus engageante et intuitive, sans alourdir la création de compte.



Bonjour ! Bienvenue parmi les testeurs perfectionnistes.

En ce moment 25€ à gagner sur Ferpection et tout de suite 2€ pour vous en complétant ce parcours d'initiation

Pour commencer, quelle est votre adresse email ?  
monadresse@domain.fr

Votre mot de passe (de 6 caractères au moins) [Voir](#)  
••••••

C'est parti !

Ou alors vous pouvez vous inscrire avec [facebook](#).

Une question ?

Complétez les étapes du parcours d'initiation pour gagner 2€

A winding grey path with several green checkmarks and red stars placed along it. The path starts at a red arrow labeled "ferpection" and ends at a blue user icon labeled "Marie-Emanuelle".

Une question ?

Aidez-nous à créer votre profil en 2 minutes.

Cela permet aux créateurs d'applications de mieux comprendre qui teste leur travail.

Quel est votre prénom ?

Suivant

Une question ?

Merci Marie-Emanuelle ! On avance !

The winding path from the previous screen now has a green checkmark next to the "ferpection" arrow and a blue user icon with the name "Marie-Emanuelle" next to the end point. The path is highlighted in green.

Une question ?

Maintenant, faites une capture sur le site Vizeat.com

Prenez quelques minutes pour aller vous même sur le site de Vizeat.com et prenez une capture d'écran pour illustrer un point positif ou négatif sur la page d'accueil.

Ouvrir Vizeat.com dans un nouvel onglet

A small window showing a computer monitor icon with an upward arrow, labeled "Ajouter une capture d'écran". Below it is a note: "Aide : Vous devriez pouvoir retrouver vos captures d'écran dans la galerie photo de votre appareil."

Une question ?

Vous êtes maintenant experte en captures d'écran !

The winding path from the previous screens continues, with a green checkmark next to the "ferpection" arrow and a blue user icon with the name "Marie-Emanuelle" next to the end point. The path is highlighted in green.

Une question ?

À présent commentez votre capture.

A small window showing a smartphone displaying a webpage with text and images. Below it are two options: "J'indique un problème" and "Je fais un compliment".

Racontez votre expérience

Expliquez en quelques phrases ce qui vous a fait réagir.

Enregistrer mon retour

Une question ?

Farpait, vous avez soumis votre mission d'évaluation et avez gagné 2€ !

The winding path from the previous screens now has a green checkmark next to the "ferpection" arrow and a blue user icon with the name "Marie-Emanuelle" next to the end point. The path is highlighted in green.

Une question ?

2025

## Application d'achat sur plan

Réponse d'appel d'offre

Création une application permettant de rechercher, comparer, découvrir et réserver son logement sur plan.

The application interface is designed for mobile devices, featuring a clean white background and a top navigation bar with the time (e.g., 9:41) and signal strength.

- Home Screen:** Shows a large image of a modern building, search bar, budget filter (Budget max: €, 1 pièce et +), and a red "Trouver mon logement" button. Below are sections for "Avantages d'acheter neuf" (tax advantages, legal guarantees, energy efficiency) and "Promoteur-contracteur depuis 1960" (with three images).
- Search Results:** A map of Puteaux showing locations of two residential complexes. It displays "2 résidences, 176 logements". Below the map are two detailed cards for "Nouvelle vague / Le Plessis-Robinson (92)". Each card includes a 3D floor plan, price (2 pièces à partir de 39.7 m² et 259 000 €), and a "Voir la fiche détaillée" button.
- Property Details:** A card for "Nouvelle vague / Le Plessis-Robinson (92)" with details like "Livraison 4ème trimestre 2026", "Parking, terrasses, TVA réduite 5.5%", and "2 pièces à partir de 39.7 m² et 259 000 €". It also shows a 3D floor plan and a "Voir la fiche détaillée" button.
- Discover the Neighborhood:** A large image of a residential complex with a "1/23" indicator. Below it is a section titled "Nouvelle vague Le Plessis-Robinson (92)" with various details and a "Brochure" download link.
- Discover the Residence:** A 3D map of the neighborhood with icons for transports, schools, commerce, and health. Below are three views: "Vue générale", "Vue piétonne", and "Vue étages".
- Search Results (continued):** Shows a list of 34 available apartments with filters for budget, number of rooms, and floor. It includes a 3D floor plan, price (2 pièces | RDC 259 000 €), and delivery details.
- Your Favorites:** A list of favorite properties with a "Simulez le coût mensuel" section. It shows a 3D floor plan, price (2 pièces | RDC 259 000 €), and delivery details.
- Create Your Account:** A form to enter a phone number with options to continue via Apple, Facebook, or Google.
- Reserve Your Apartment:** A card for "Lot N°5-C01 Résidence Nouvelle Vague" with a "Dépôt : 6 500 €" and a "Finaliser la réservation" button.
- Reservation Step 3/4:** A list of steps: "Paiement du dépôt de garantie", "Nom sur la carte", "Numéro de carte", "Date d'expiration", "CVV", and "Entrer CVV".
- Success Message:** A green checkmark icon with the text "Votre logement est réservé ! Félicitations Monsieur Dupont !".
- Review Section:** A testimonial from "Jinny Oslin" with a 5-star rating and a note about the team's professionalism.

2023

## Kiabi

Distribution de prêt-à-porter

**Étude qualitative sur un échantillon de 30 utilisateurs pour optimiser et fluidifier le parcours d'achat du site Kiabi. Restitution de l'analyse et mise en avant de 18 recommandations pour rendre le parcours plus simple et fluide pour les utilisateurs.**

Description	Nombre d'utilisatrices concernées	Criticité	Effort	Équipe concernée	Notes
Clarifier que le Click & Collect n'est qu'une des options de livraison proposées	3	✗	\$	UX/UI	<a href="#">Slide 44</a>
Ajouter un lien sur le vendeur pour ouvrir une pop-in avec plus d'informations	3	✗	\$\$	PO/PM UX/UI	<a href="#">Slide 44</a> / Attention, la question demandait explicitement si les utilisatrices avaient suffisamment d'informations sur ce vendeur, le besoin n'est pas remonté spontanément.
Privilégier les photos zoomées sur le vêtement	2	✗	\$\$	PO/PM UX/UI	<a href="#">Slide 44</a>
Rendre le code promo plus visible en ne mettant pas le bouton en sticky	2	✗	\$	UX/UI	<a href="#">Slide 44</a>
Ajouter la possibilité d'acheter avec un compte invité	2	✗	\$\$	PO/PM	Cette fonctionnalité peut être bloquée par d'autres équipes
Contextualiser le lien pour changer le code postal	5	✗	\$	UX/UI	<a href="#">Slide 45</a>
Rassurer l'utilisatrice comme quoi le choix du magasin se fait après le choix d'option	1	✗	\$	UX/UI	<a href="#">Slide 45</a>
Ajouter une explication sur la demande de numéro de mobile	2	✗	\$	UX/UI	<a href="#">Slide 47</a>
Mettre en avant les champs qu'il reste à saisir pour valider l'étape de livraison	3	✗	\$	UX/UI	<a href="#">Slide 46 &amp; Slide 47</a>

42

### Test à distance du checkout - octobre 2023

30 utilisateurs (mobile - femmes - 35-44 ans)

Objectifs de l'étude :	Points validés :	Points bloquants :	Recommandations UX :
→ Identifier d'éventuels difficultés et axes d'amélioration à chaque étape du funnel	→ La page panier est claire et les informations sont exhaustives.	→ La moitié des utilisatrices ne trouvent pas le lien pour changer le code postal	→ Des précisions sur la fonctionnalité de choix de livraison sont nécessaires (notamment la contextualisation du lien pour changer le code postal).
→ Zoomer sur le parcours 1P3Pet l'intégration de la création de compte	→ La création de compte est fluide et simple pour les utilisatrices. Elle s'intègre sans difficulté au parcours.	→ 1/3 des utilisatrices sont potentiellement bloquées sur l'étape livraison (à cause du formulaire de facturation)	→ Optimiser l'affordance et l'accessibilité des champs à remplir ainsi que le traitement des erreurs
→ Vérifier l'évolution positive de la note de désirabilité	→ Les fonctionnalités du code promo, de la pop-in avec les détails produit, des choix de livraison et du programme de fidélité sont plébiscités par les utilisatrices.	→ L'adresse de livraison n'est pas modifiable	→ Homogénéiser les formulaires de livraison et facturation et ajouter un lien pour modifier la livraison

### Changement de l'option de livraison

Un fil d'ariane et un lien modifié compris, cependant une fonctionnalité manquante pour les produits 3P

**✓ L'ensemble des utilisatrices parviennent à revenir en arrière en cliquant soit sur le lien "Modifier" soit sur le fil d'ariane. (Utilisabilité)**

**✗ Une utilisatrice relève qu'il n'est pas possible de modifier l'adresse de livraison des produits 3P. En effet, cette fonctionnalité est manquante sur la page. (Utilité)**

Voir tous les résultats sur la plateforme

### Formulaire de facturation

(l'instruction demandait de passer à l'étape suivante sans préciser qu'il fallait remplir le formulaire de facturation)

**Seulement 2/3 des utilisatrices trouvent le formulaire de facturation sans soucis**

**✗ Seulement 19/30 utilisatrices ont trouvé qu'il fallait remplir les informations de facturation et l'on explicitement remonté dans leurs retours. Une utilisatrice exprime clairement qu'elle est bloquée, une autre dit qu'elle a dû chercher le formulaire, les autres commentent la page sans parler de la facturation et ne semblent pas parvenir à l'étape suivante. (également remonté dans le test MEP NL) (Utilisabilité - Accessibilité)**

**✗ Je ne comprends pas pourquoi il faut passer par la page intermédiaire pour modifier le mode de livraison. Si je clique sur Modifier à côté de la livraison 1/2, je devrais rentrer directement en modification de cette livraison. La page intermédiaire (en copie d'écran) n'est pas utile. Ce serait plus rapide pour l'utilisateur de retourner directement en modification, ça ferait un clic de moins, sans compter qu'il faut parfois scrollé pour voir les informations. Mélanie**

**✗ Je clique sur modifier mais cela m'emmène sur les produits mmeuble. Cela me renvoie à la page d'avant où je peux changer l'adresse de facturation, mais pas l'adresse du domicile. Marie**

**✗ Par contre il faut valider l'adresse de facturation pour passer à l'étape suivante et la ce n'est pas intuitif, il faut chercher un peu. Aurélie**

**✗ Quand on se fait livrer à notre domicile au lieu de remplir à nouveau la case de facturation, il aurait fallu nous mettre une petite phrase du genre "adresse de facturation identique que le domicile" et on coche la case si c'est pareil ou sinon on remplit. Cela nous fera moins perdre de temps. Aurélie**

Voir tous les résultats sur la plateforme

28

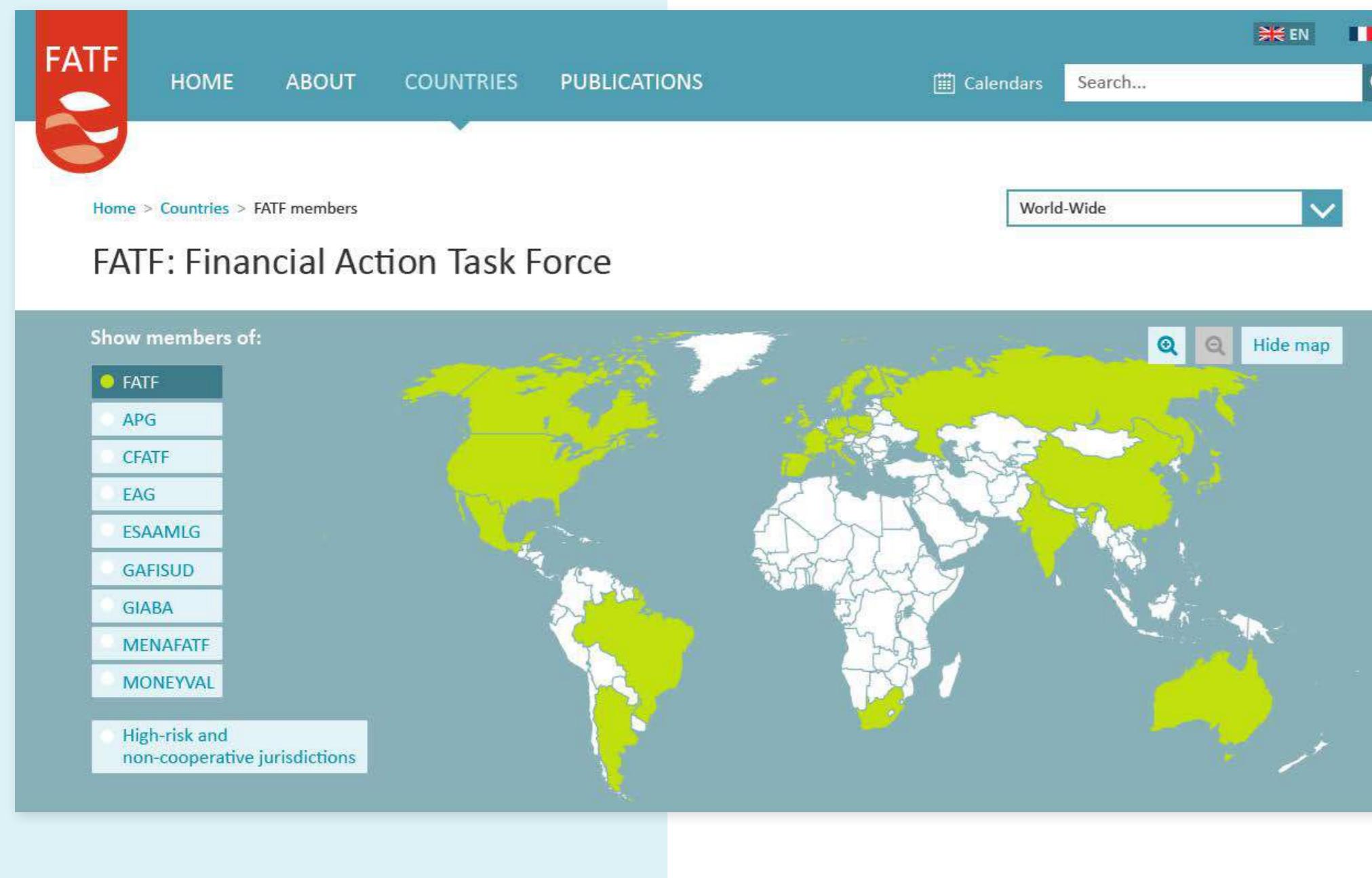
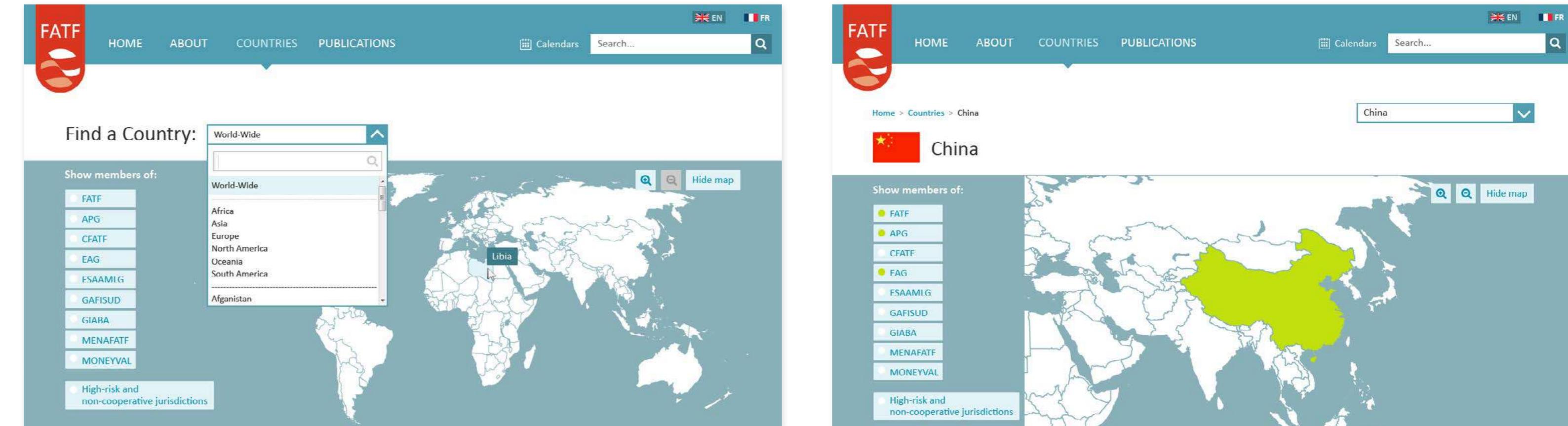
27

2015

## FATF/GAFI Financial Action Task Force

Organisme international contre le blanchiment d'argent

Redesign complet du site avec la création d'une carte interactive permettant du visualiser plus rapidement les pays concernées que les listes et tableaux.



2014

## EaP Green

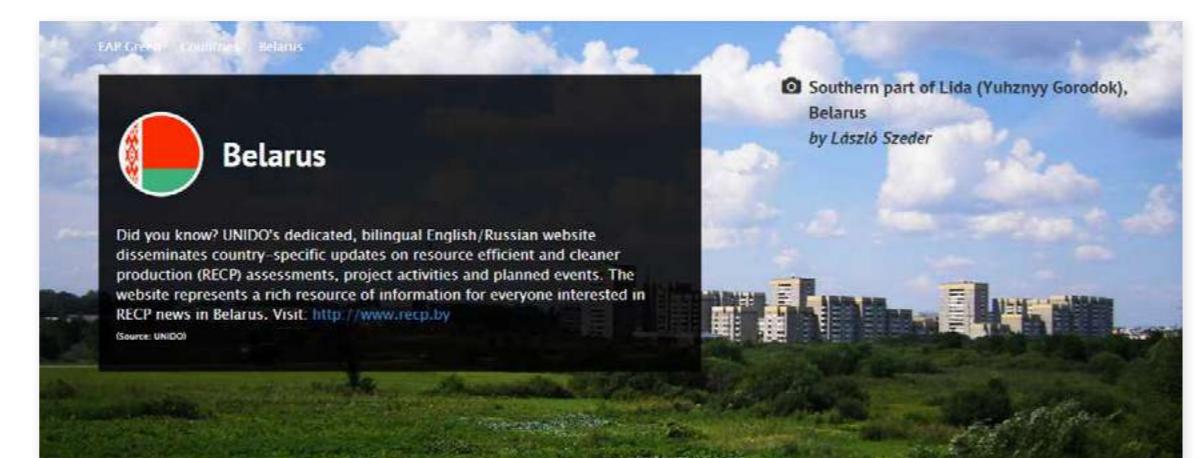
Programme de l'Union Européenne dans le cadre du partenariat oriental

Design UX et UI du site web. Un soin particulier a été apporté à la recherche iconographique, en privilégiant des photographes locaux afin d'ancrer visuellement le projet dans son contexte et de renforcer son authenticité.

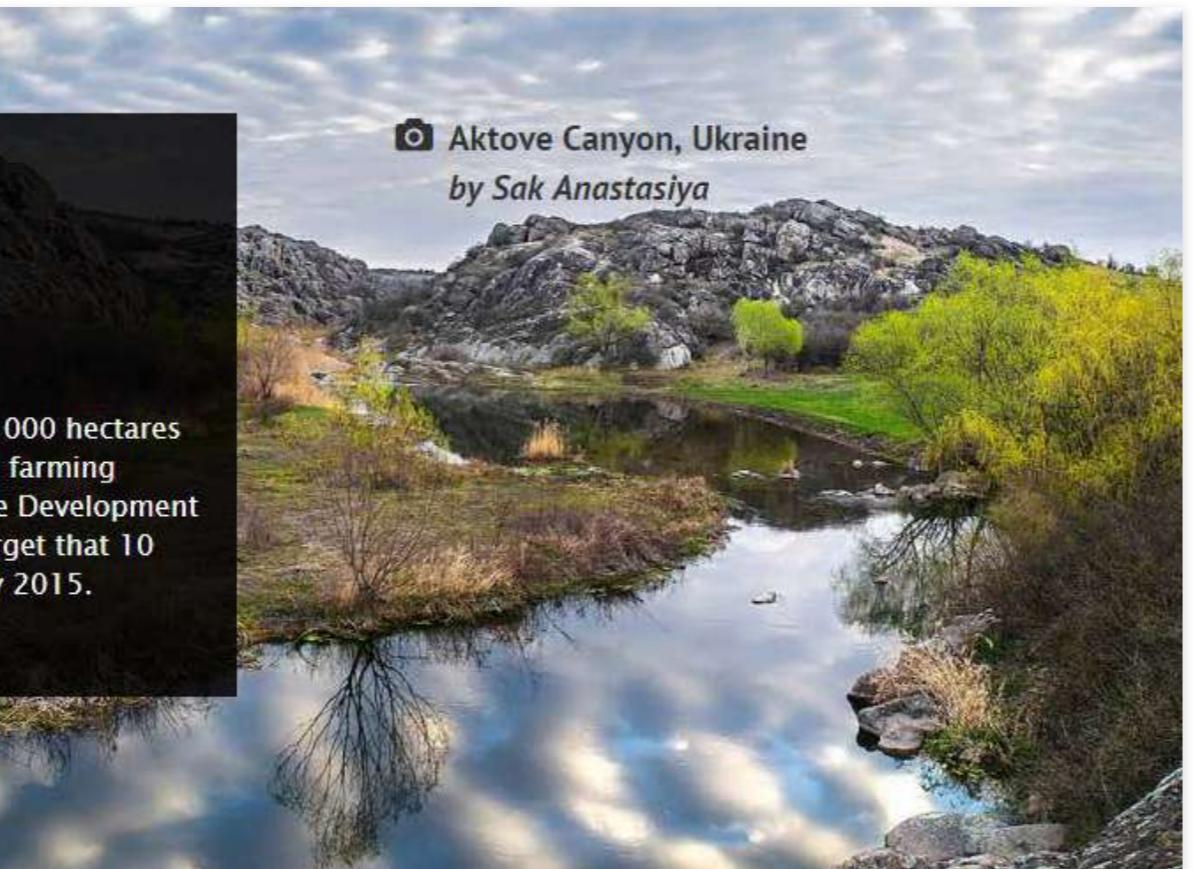
EAP Green | Countries | Ukraine



EAP Green | Countries | Belarus



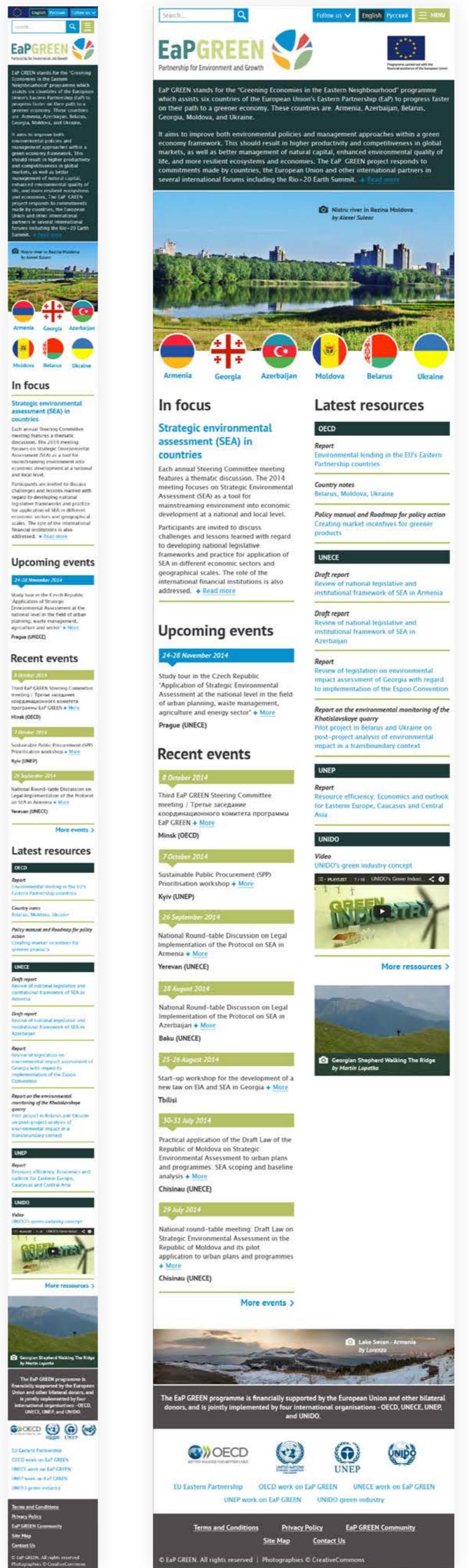
EAP Green | Countries | Ukraine



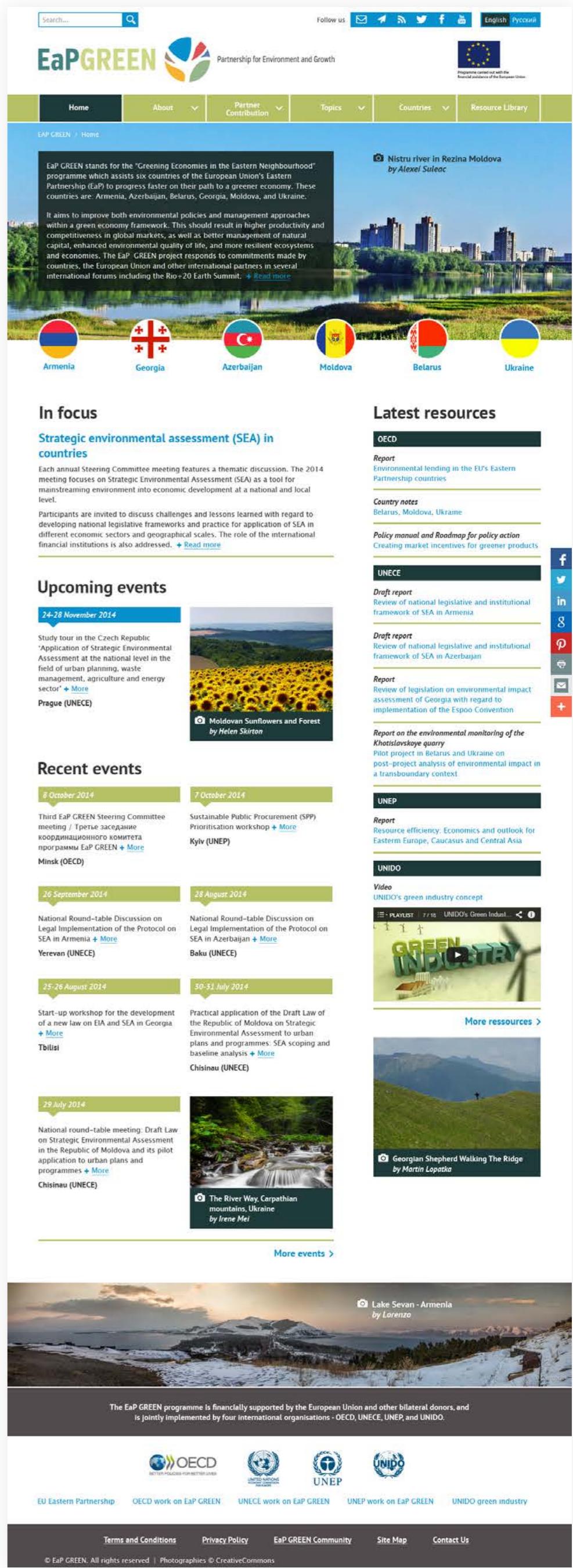
EAP Green | Countries | Armenia



EaP GREEN Partnership for Environment and Growth



EaP GREEN Partnership for Environment and Growth

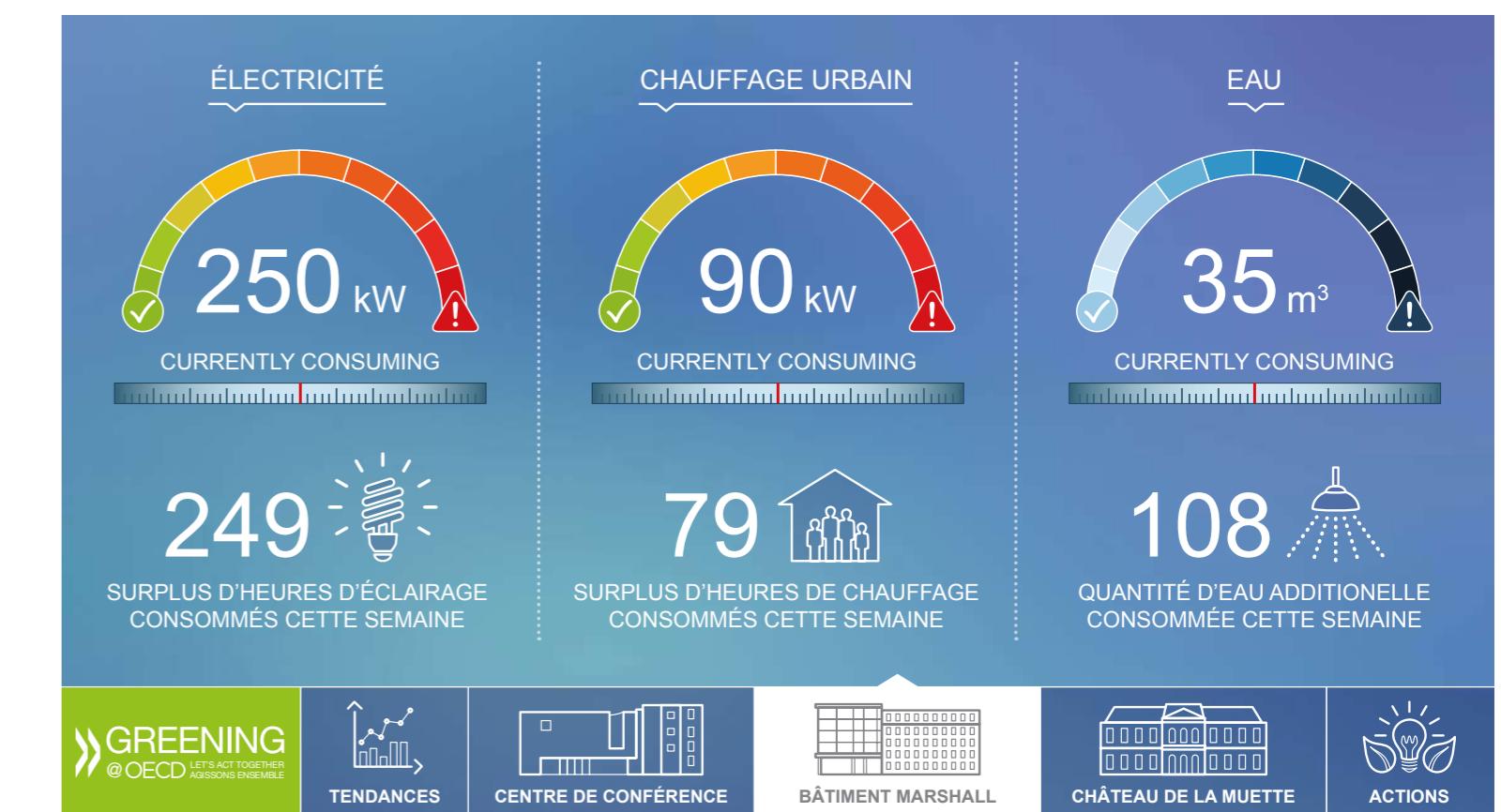
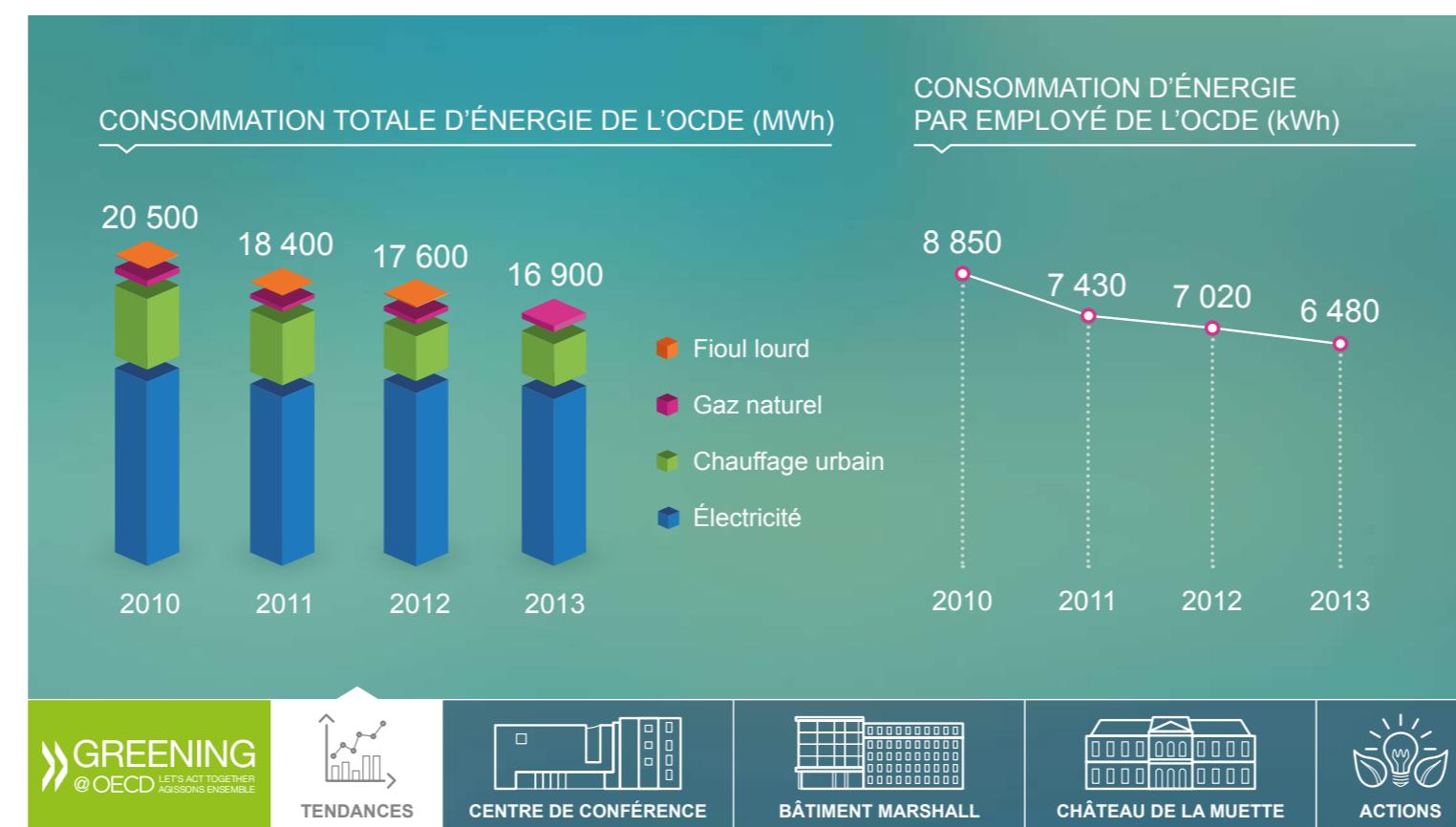
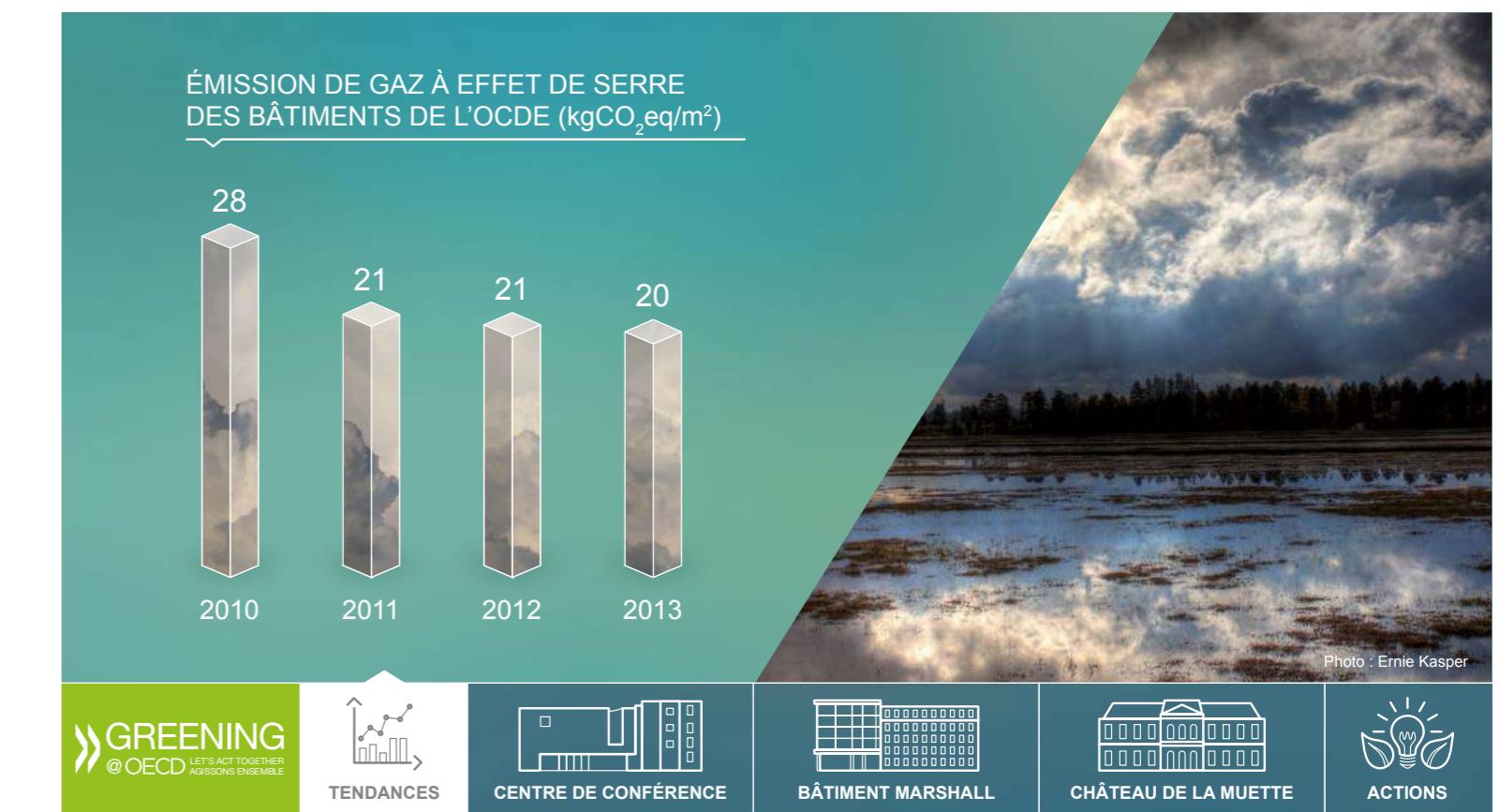
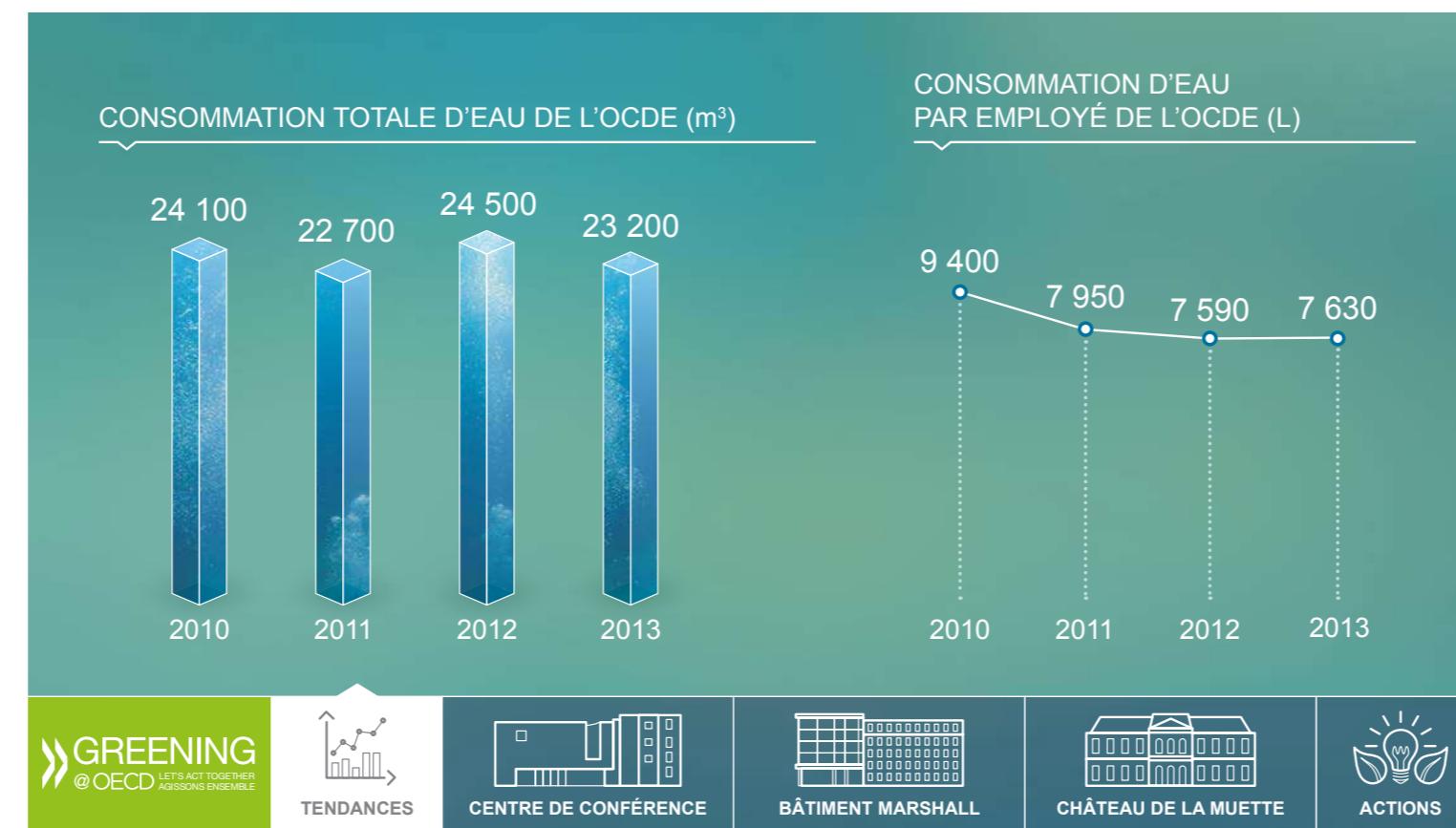


2015

## Greening OECD

Sensibilisation à la consommation énergétique

Design de visualisation des données de consommation du bâtiment en temps réel, affichées dans les locaux de l'OCDE.

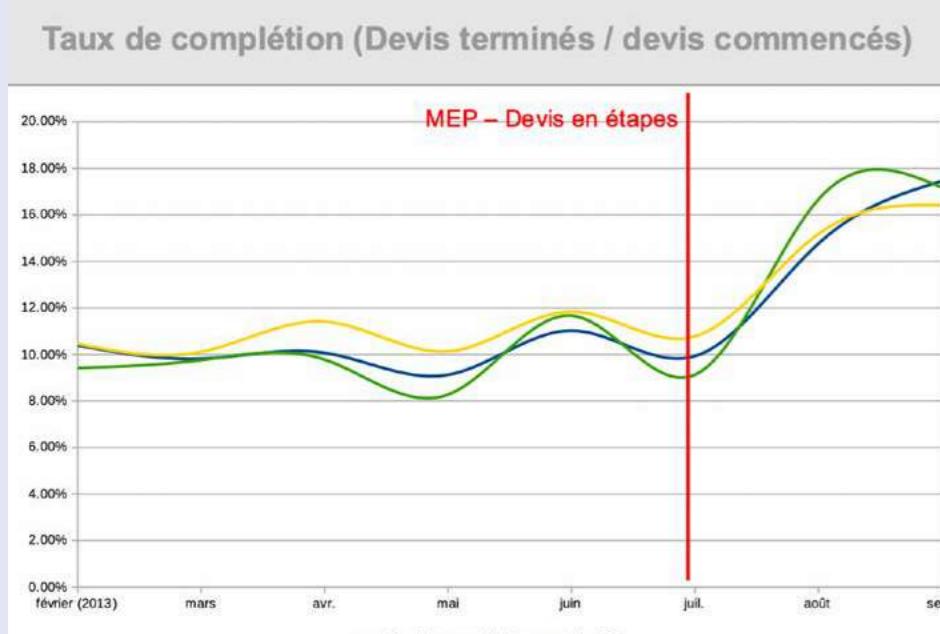


2015

## Ooreka

Encyclopédie du quotidien

Refonte des formulaires de demandes de devis en parcours en étapes avec illustration des réponses. Cette approche ludifiée a doublé le taux de complétion, démontrant qu'une meilleure expérience utilisateur peut aussi booster la performance commerciale.



Une question  
à la fois

Illustration  
des réponses

"Gamification"

Minimisation  
des clics

→ Taux de compléction x2

Que souhaitez-vous faire installer ?

- Cheminée ou insert
- Poêle à granulés
- Poêle à bois
- Ramonage
- Autre poêle
- Autre

Le bâtiment concerné est :

- Maison
- Appartement
- Bureaux
- Immeuble
- Local commercial
- Local industriel
- Autre

Quel est l'état du bâtiment ?

- Ancien
- Neuf
- En construction

Vous êtes actuellement :

- Propriétaire
- Locataire
- Autre (syndic, archi...)

2015

## Ooreka

Encyclopédie du quotidien

Conception, rédaction et illustration d'un mini guide des calories téléchargeable et imprimable, pensé comme un petit bonus pour renforcer l'engagement des utilisateurs.

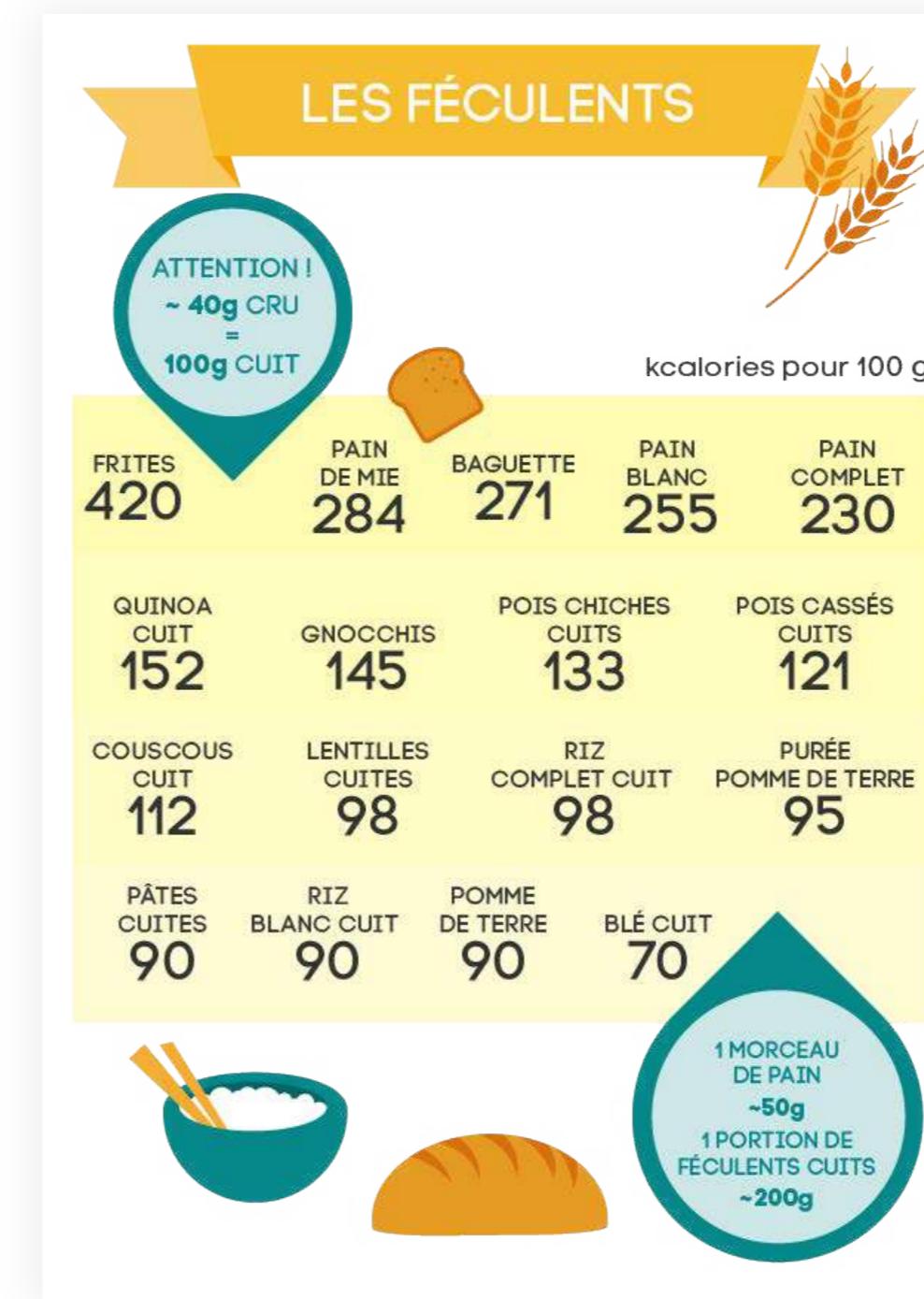
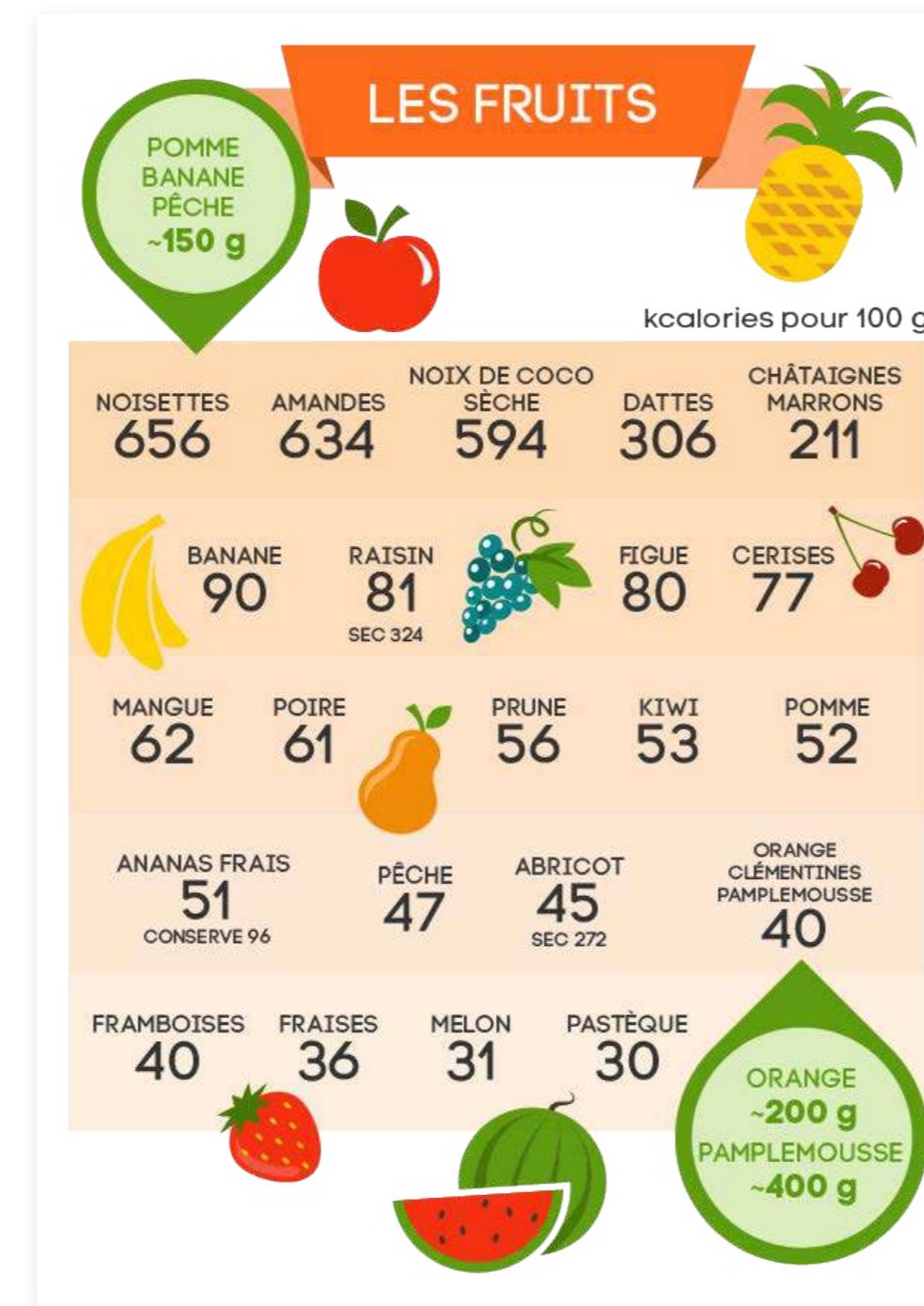


COMMENT FABRIQUER  
MON MINI-GUIDE DES CALORIES ?

1. Pliez chaque page en 4



2. Imbriquez-les ensemble

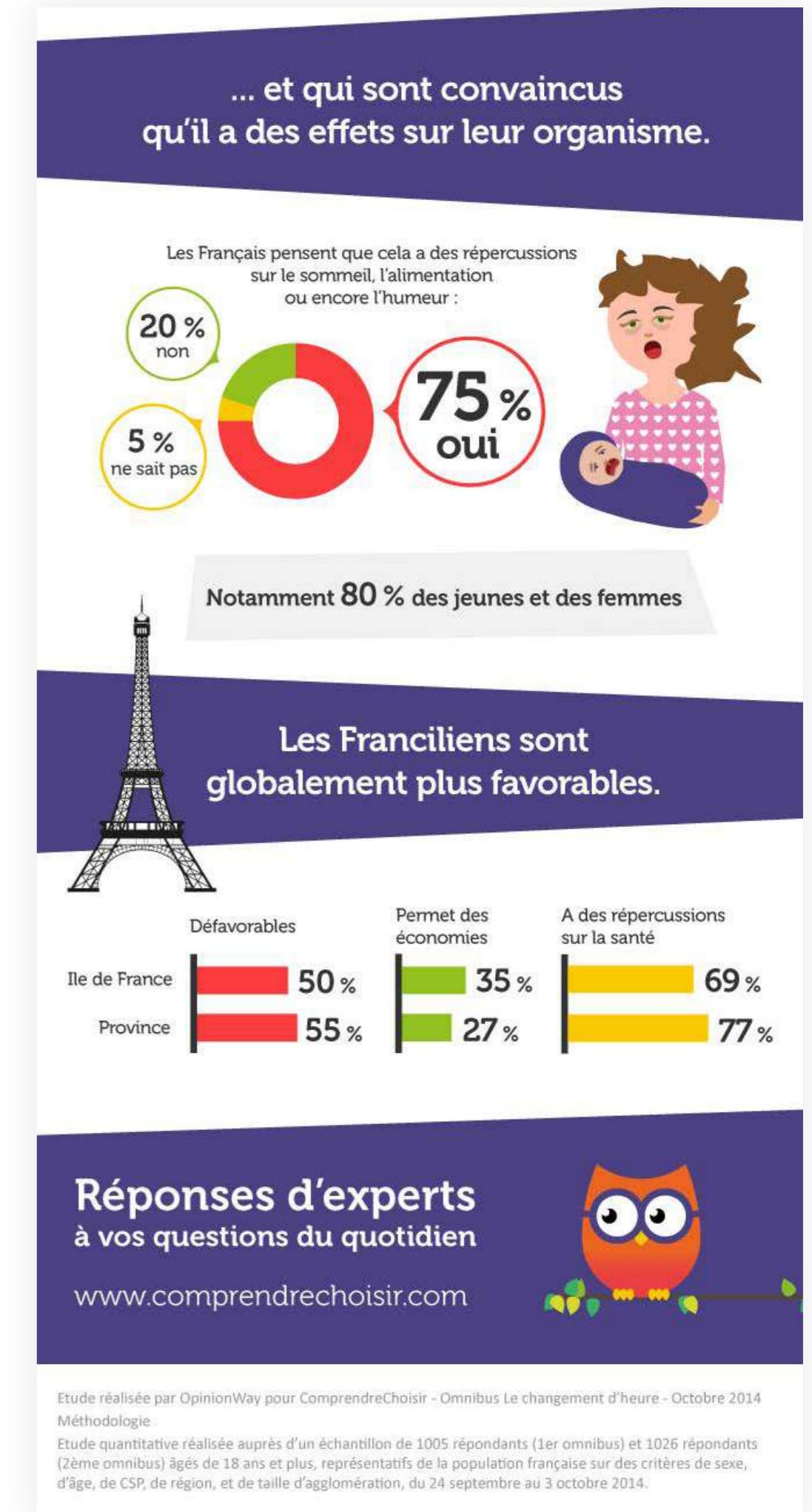
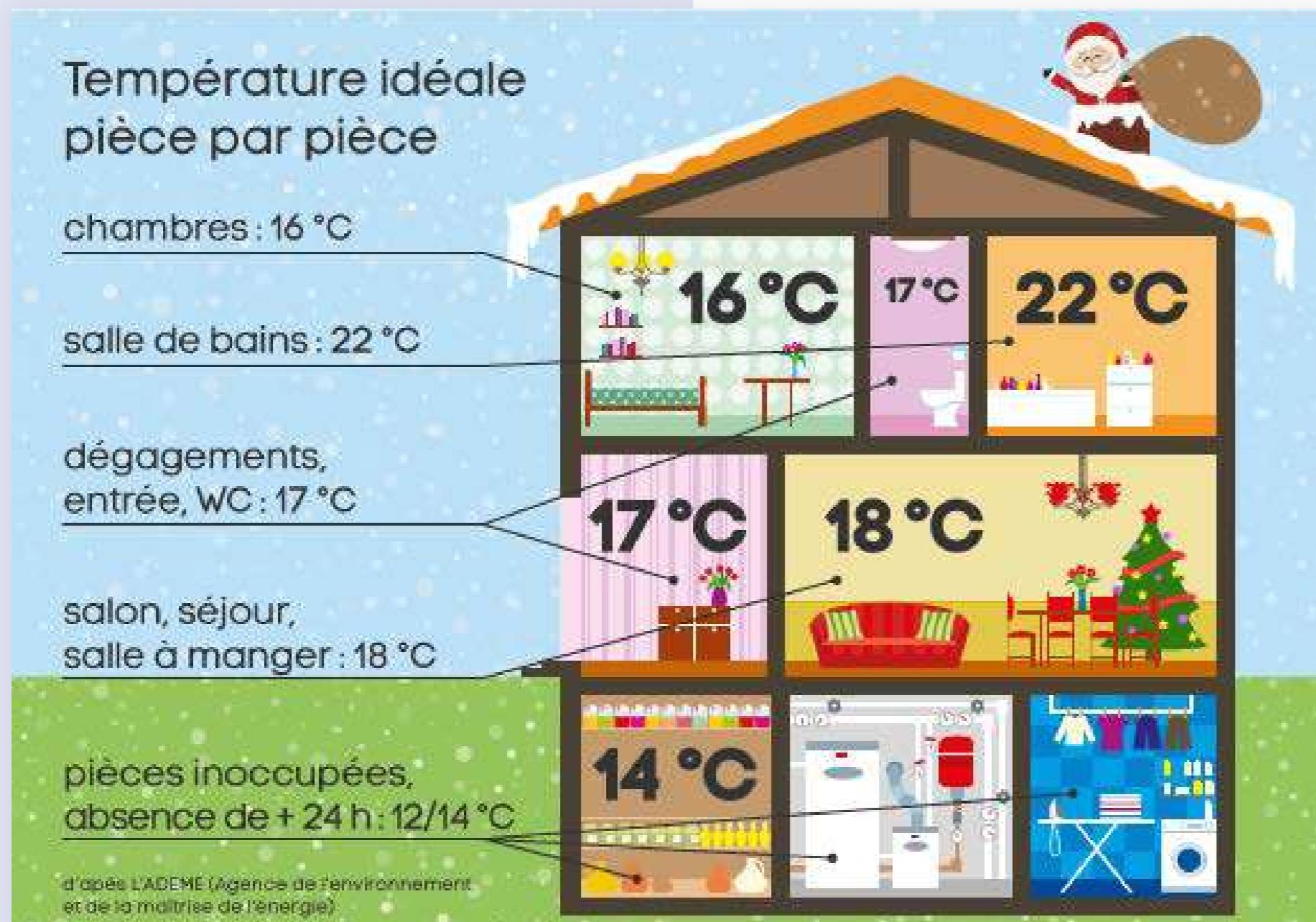


2015

## Ooreka

Encyclopédie du quotidien

Conception, rédaction et illustration d'infographies sur des sujets du quotidien, visant à produire du contenu attractif pour les utilisateurs, les réseaux sociaux et les revues de presse.



2017-2025

# Forum mondial de l'OCDE pour l'intégrité et la lutte anti-corruption

Évènement organisé par l'OCDE

Mise en page d'une brochure retraçant les temps forts de l'évènement.

The brochure cover features the OECD logo and the title "HIGHLIGHTS". It includes the event details: "2018 OECD GLOBAL ANTI-CORRUPTION & INTEGRITY FORUM" and "PLANET INTEGRITY: BUILDING A FAIRER SOCIETY 27-28 March 2018 - Paris, France". Below the title, there are three circular icons: "GLOBAL" (a network of people), "MULTIDISCIPLINARY" (glasses), and "INNOVATIVE" (a factory). Key statistics are listed: "120 countries", "1800 participants", "122 leaders & expert speakers", "1/3 government", "1/3 business", "24 thematic sessions", and "18 Research poster presentations". The OECD logo is at the bottom right.



**GG** *The main threats to procurement and public infrastructure are political influence on taking of decisions, [...] conflict of interest, [...] rigging of contractual specifications, and [...] abuse of procedures.*

Nicholas Ilett, Acting Director General, European Anti-Fraud Office (OLAF)

This plenary debate focused on governance issues that enable corruption in projects, citing both weak public and corporate governance as facilitating factors. Consensus emerged that undue influence in decision making remains a critical risk in public infrastructure. The panel also highlighted the risks linked to the abuse of negotiated procedures and those due to a lack of clear definitions of conflicts of interest and of different roles in mitigating the risk. Moreover, too often mitigation efforts focus on the procurement process, while corruption risks are inherent in all stages of the project cycle, including prominently in the early stages. To mitigate these risks in a comprehensive manner, it is essential to mainstream integrity from inside the organisations and ensuring accountability when rules are breached. Factors for success also include transparency, oversight and collective action in terms of prevention, and data analytics for better detection of abuse. To complement the existing OECD frameworks, including the **OECD Recommendation on Public Integrity** and the **OECD Guidelines for Multinational Enterprises**, the panel proposed that a toolkit be developed to guide infrastructure projects so that they are completed with integrity.

**Integrity is an essential component of any democratic system, and the public expects the mandate to be for the common good**

@katrinjaki #OECDintegrity

**GG** *I can't stress enough how important it is to work shoulder to shoulder.*

Don Fort, Chief of Criminal Investigations, Internal Revenue Service, US

Two things are clear: there is a mutual interest in co-operation on the part of tax and corruption agencies given the relevance of investigations to one another; and co-operation between the agencies (as part of a whole of government approach) is highly successful when it is used. Panellists highlighted the need for cooperation between tax authorities and anti-corruption authorities. Although the legal framework in most countries allows for cooperation between these two entities, in most OECD-surveyed countries it is not made use of. Only 2% of corruption cases are detected by tax authorities. The barriers are of cultural and operational nature. Panellists discussed several ways of encouraging cooperation: secondments, common centres for tax authorities and anti-corruption authorities and making cooperation and exchange of information mandatory. Additionally, having regular meetings between tax authorities and anti-corruption authorities can allow for public officials to get to know each other and build trust. The will to use the existing legal framework to its potential must come from the top down - political will - as well as from the bottom up - putting operational changes into practice.



Wissanu Krea-ngam - Thailand's Deputy Prime Minister launches the OECD Integrity Review of Thailand

2017-2025

## **Forum mondial de l'OCDE pour l'intégrité et la lutte anti-corruption**

Évènement organisé par l'OCDE

Création de kaké-  
monos et de bâch-  
es pour habiller la  
salle, orienter les  
visiteurs et ren-  
forcer la notoriété  
de l'évènement.



2016

## Club du Sahel & l'Afrique de l'Ouest

Alliance internationale

Mise en page d'un dépliant 4 volets à l'occasion de la semaine du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest.



## TRANSFORMATIONS IN THE FOOD ECONOMY & IMPLICATIONS FOR POLICY MAKING

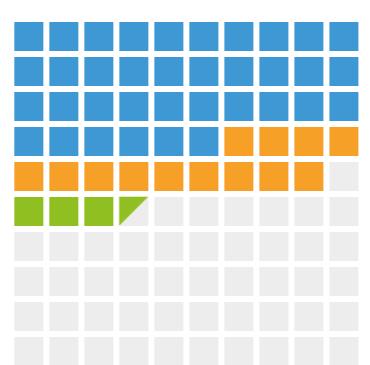
### THE SAHEL & WEST AFRICA WEEK

ABUJA, NIGERIA  
12-16 DECEMBER 2016

## FOOD: WEST AFRICA'S LARGEST PRIVATE SECTOR

### Contribution to Regional Economy in 2010

Food Economy	36
Mining	13
Construction	3,5

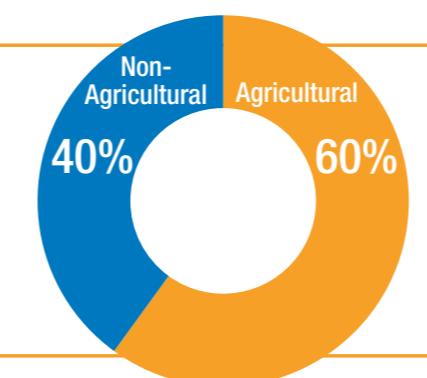


Non-agricultural activities generate **40%** of the total value of the food economy.

The West African food economy is worth **USD 178 billion**.

This makes it the region's **biggest private sector**.

The size and structure of the region's food economy have been transformed by population growth, urbanisation and income growth. And these trends are set to continue.



The food processing industry in Senegal has grown 7% per year since 2000 and is the largest employer in the manufacturing sector.



However, poor infrastructure and inefficient logistics are among the factors that cause **West African food prices to be 30-40% higher than in other regions with comparable level of income**. Ways of reducing prices and improving access to food include investment in roads, warehouses and electricity provision, better access to logistics and financial services and enhancing the business climate.

One major change is the rapid development of 'post-harvest' activities, such as processing, packaging, transporting and retail.

**70%** (USD 126 billion) of the value of West Africa's food economy is traded on markets.

In urban areas 90% of food is bought on markets, compared to 50% in rural areas.



"The number of checkpoints has doubled, from 14 to 29, on the Lomé-Ouagadougou corridor between 2013 and 2015» Borderless Alliance.

### APPROACHES TO THE FOOD ECONOMY PRESENT HUGE OPPORTUNITIES

Opportunities in agriculture

39% of food consumed in West Africa is processed

And this trend is not only limited to rural areas. Consumers are moving from food production to buy, prepare and consume nutritious such as fruits and vegetables, meat and fish.

Investing in post-harvest activities is also important for the regional economy of export markets.

Strong demographic growth and rapid urbanisation over the past 60 years has radically transformed the West African food economy. While the region was largely rural at independence and agricultural activities were concentrated in subsistence farming and export cash crop production, 45% of its population now lives in cities where most food is bought in markets. Urbanisation and urban-style changes are spreading beyond the frontiers of towns and cities.

Availability and access to food are now contingent on a series of activities occurring along value chains and a growing share of urban and rural populations depend on this burgeoning food economy to access food.

Paradigm shift is creating new challenges for policy making and monitoring systems that will need to adapt as a result. It is also generating unprecedented opportunities to create new wealth and employment for the region's increasingly young labour market.

Consumers are changing the food economy

Consumers are changing the type of food demanded. Consumption of processed foods is increasing rapidly, as is that of fruit and vegetables, meat and fish.

39% of all food consumed in West Africa is processed.

And this trend is not restricted to cities; the rate is only slightly higher in urban than rural areas.

Consumers are increasingly looking for foods that are convenient to buy, prepare and consume. Other attributes such as shelf-life, freshness, nutritional content, packaging and labelling are also gaining in importance with consumers.

93% of West African food consumption is supplied by regional producers, while the remaining 7% is imported.

53% of total food demand comes from urban areas. Cities account for a growing share of food demand due to increasing consumption.

33% of food demand is located around the Gulf of Guinea.

Many countries in West Africa have developed marketing policies for the promotion of export crops, such as cocoa, cotton and rubber, but not for crops sold on regional markets. Yet the economic opportunities from investing in food production for the regional market far outweigh those of export crops.

Concentration of food demand

Source: Hohling and Staub, 2015

Urban consumers spend on average 50% more on food than rural dwellers. Connecting producers to urban markets is therefore more important than ever and is a key emerging opportunity for the region.

### REGIONAL APPROACHES TO THE FOOD ECONOMY PRESENT HUGE OPPORTUNITIES

The Regional food markets offer huge opportunities for producers. It is 9 times larger than its agricultural export markets.



93% of West African food consumption is supplied by regional producers, while the remaining 7% is imported.

53% of total food demand comes from urban areas. Cities account for a growing share of food demand due to increasing consumption.

33% of food demand is located around the Gulf of Guinea.

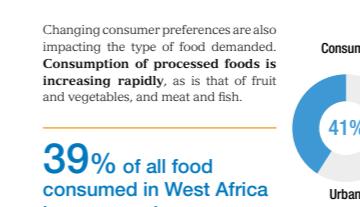
Many countries in West Africa have developed marketing policies for the promotion of export crops, such as cocoa, cotton and rubber, but not for crops sold on regional markets. Yet the economic opportunities from investing in food production for the regional market far outweigh those of export crops.

Concentration of food demand



Urban consumers spend on average 50% more on food than rural dwellers. Connecting producers to urban markets is therefore more important than ever and is a key emerging opportunity for the region.

### CONSUMERS ARE CHANGING THE FOOD ECONOMY

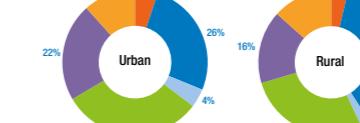


And this trend is not restricted to cities; the rate is only slightly higher in urban than rural areas.

Consumers are increasingly looking for foods that are convenient to buy, prepare and consume. Other attributes such as shelf-life, freshness, nutritional content, packaging and labelling are also gaining in importance with consumers.

The 'cassava revolution' that started in Nigeria is continuing to spread across the region with gari and atele being an important snack for time-poor urban consumers from Badou to Abidjan.

Diversifying consumption



Income elasticities of demand in urban areas: Eight countries in West Africa

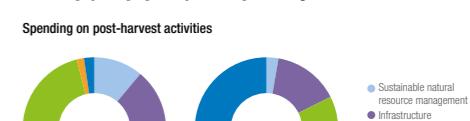


### POLICY SHOULD CHANGE TO REFLECT CHANGES TO THE FOOD ECONOMY

Post-harvest activities are expected to be the fastest growing segments of the value chain.

Yet, on average, only **5%** of National Agricultural Investment Plan budgets in the region are allocated to downstream value chain activities, such as processing and marketing.

More public expenditure should be directed to off-farm elements of the food system such as logistics, marketing, packaging and processing.



The food economy offers huge growth, job creation and food security opportunities, if policies are adapted to these changing trends.

Budgets should also focus on the food groups that will experience the greatest demand growth. In Senegal 69% of its NAIP budget is currently allocated to staple crops, whilst 11% is spent on non-staple crops.

Food security and the food economy are inextricably linked. Food policy making needs to move beyond the traditional confines of agriculture to address the challenges and seize the opportunities of the transforming food economy.

A World Bank and International Labour Office study showed that agriculture is responsible for 81% of the jobs created in Senegal's informal sector.

2018

# Club du Sahel & l'Afrique de l'Ouest

Alliance internationale

Mise en page d'un livret de 28 pages présentant le travail du SWAC (Sahel & West Africa Club).

The Sahel and West Africa Club (SWAC) is an independent, international platform hosted at the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

## VISION

United beyond national borders by common traditions and languages, West Africa is home to some 400 million inhabitants – a demographic that is increasingly young, urban and mobile. The extraordinary population growth experienced in the last 50 years is pushing human settlement across borders, reinforcing economic, commercial and social

interdependencies and creating immense opportunities for growth and development along the way. However, food, health and security crises continue to spread rapidly. The need for regional reflection, analysis and action is more critical than ever before. The Sahel and West Africa Club's (SWAC) raison d'être is deeply connected to this reality.



## MISSION

The mission of the SWAC is to promote regional policies that will improve the economic and social well-being of people in the Sahel and West Africa.

2

## OBJECTIVES

- ✓ Improve the regional governance of food and nutritional security
- ✓ Improve the understanding of regional issues and their policy implications



*"Though the work is never entirely finished, in many respects the Sahel and West Africa region is showing the way to regional co-operation for the rest of Africa. The purpose of SWAC is to accompany the region along its way."*

– François-Xavier de Donnea  
SWAC President



## CITIES

### URBAN DATABASE

Cities and their inhabitants are increasingly reshaping the continent's economic, social and political landscape. A large majority of these agglomerations are secondary cities and small towns that act as hubs and catalysts for local and regional production as well as for the transfer of goods, people and information, linking the local and regional economies to the global economy. Yet there is little current data and research available to allow for a better understanding of these urbanisation dynamics.

SWAC works with partners towards closing this gap through the Africapolis programme, which will provide an updated and comprehensive geospatial database on urbanisation dynamics in Africa.

West Africa has 2 240 urban agglomerations with more than 10 000 inhabitants, compared to 150 in 1950. These agglomerations are home to 165 million people, 42% of the region's total population.

Its original methodology combines national population data, satellite imagery and other cartographic sources to identify and geolocalise all urban agglomerations with more than 10 000 inhabitants. The data highlight the role of small towns and secondary cities in urban networks,

the emergence of new urban agglomerations and the increasing fluidity between urban and rural environments. Africapolis provides the evidence base for a wide range of development policies at the local, national and regional levels.

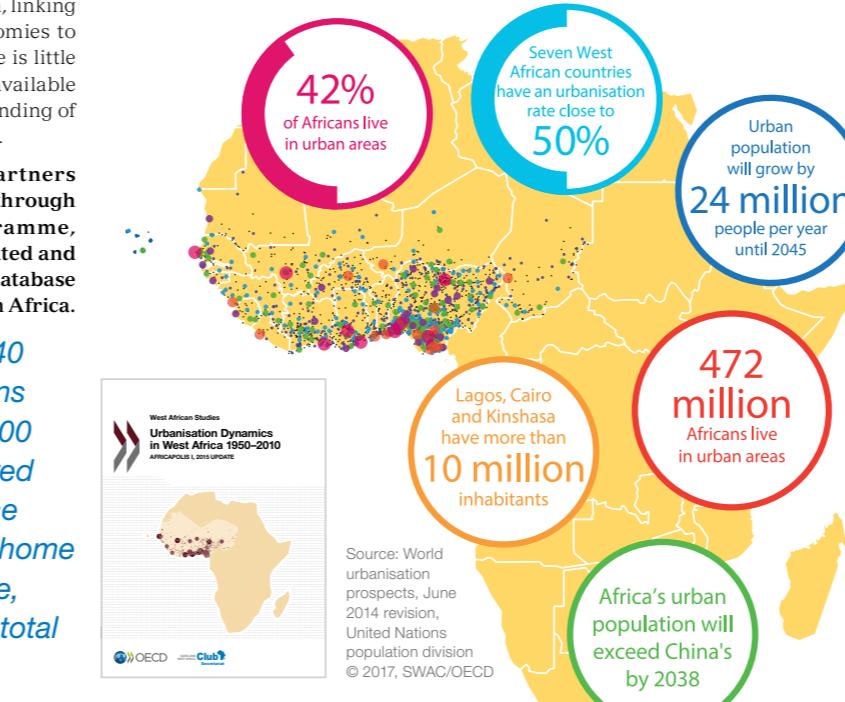
*Between 1950 and 2015 the region's population grew from 73 million to 370 million.*

This work contributes to the 2030 Agenda for Sustainable Development:



A continent-wide update of Africapolis, covering 51 countries and 5 000 agglomerations, will be available in the second half of 2018.

[www.oecd.org/swac/topics/africapolis](http://www.oecd.org/swac/topics/africapolis)



8

16

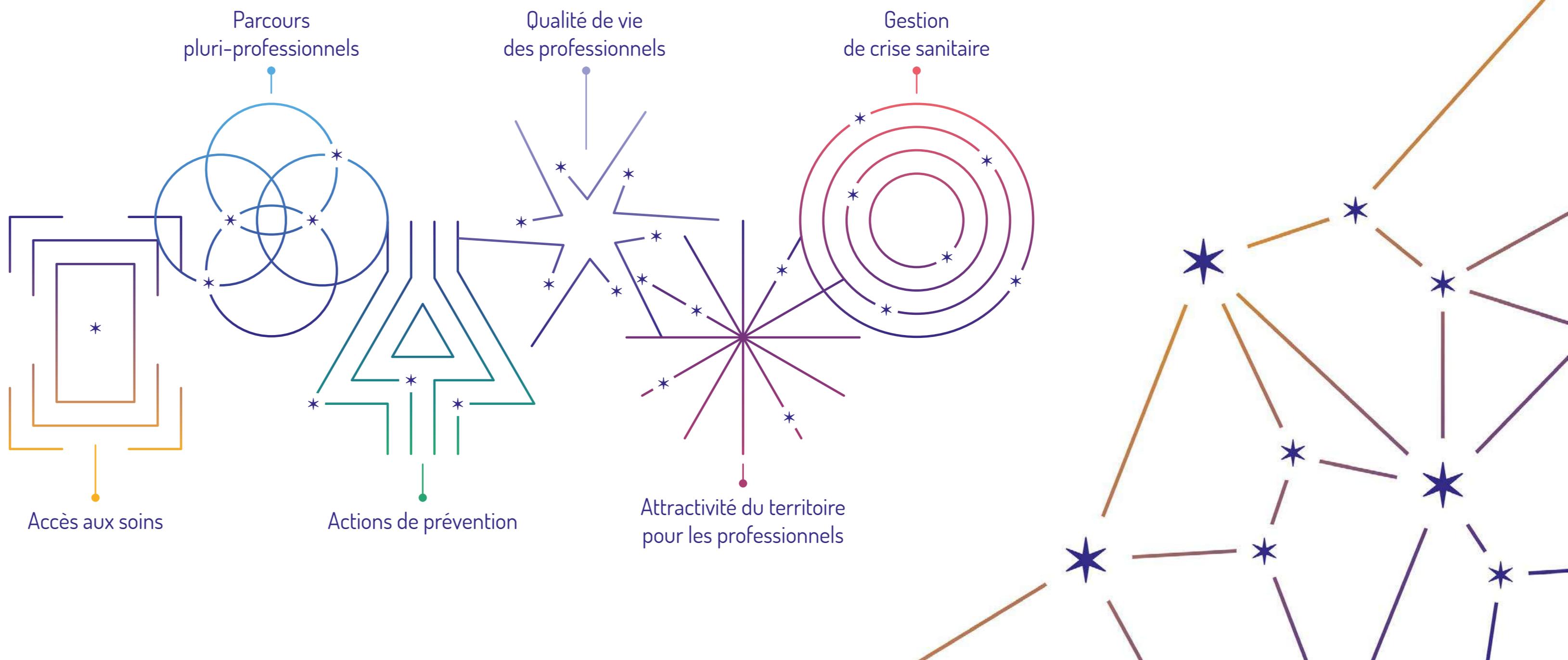
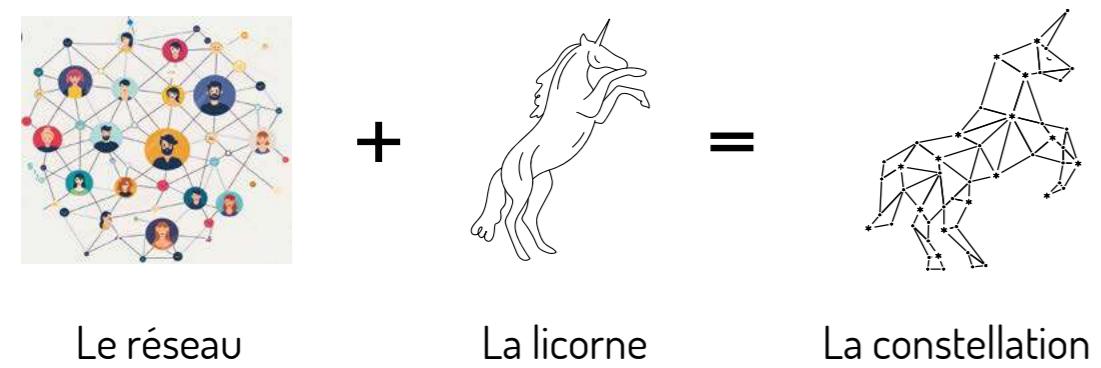


2024

## CPTS La Licorne

Communauté professionnelle territoriale  
de santé du sud-est creusois

Conception d'un logo autour de la licorne,  
emblème choisi par l'association, utilisant  
la constellation pour illustrer le réseau de  
professionnels de santé sur le territoire. Le  
logo est accompagné de six pictogrammes  
représentant les principaux axes de travail  
de l'organisation.

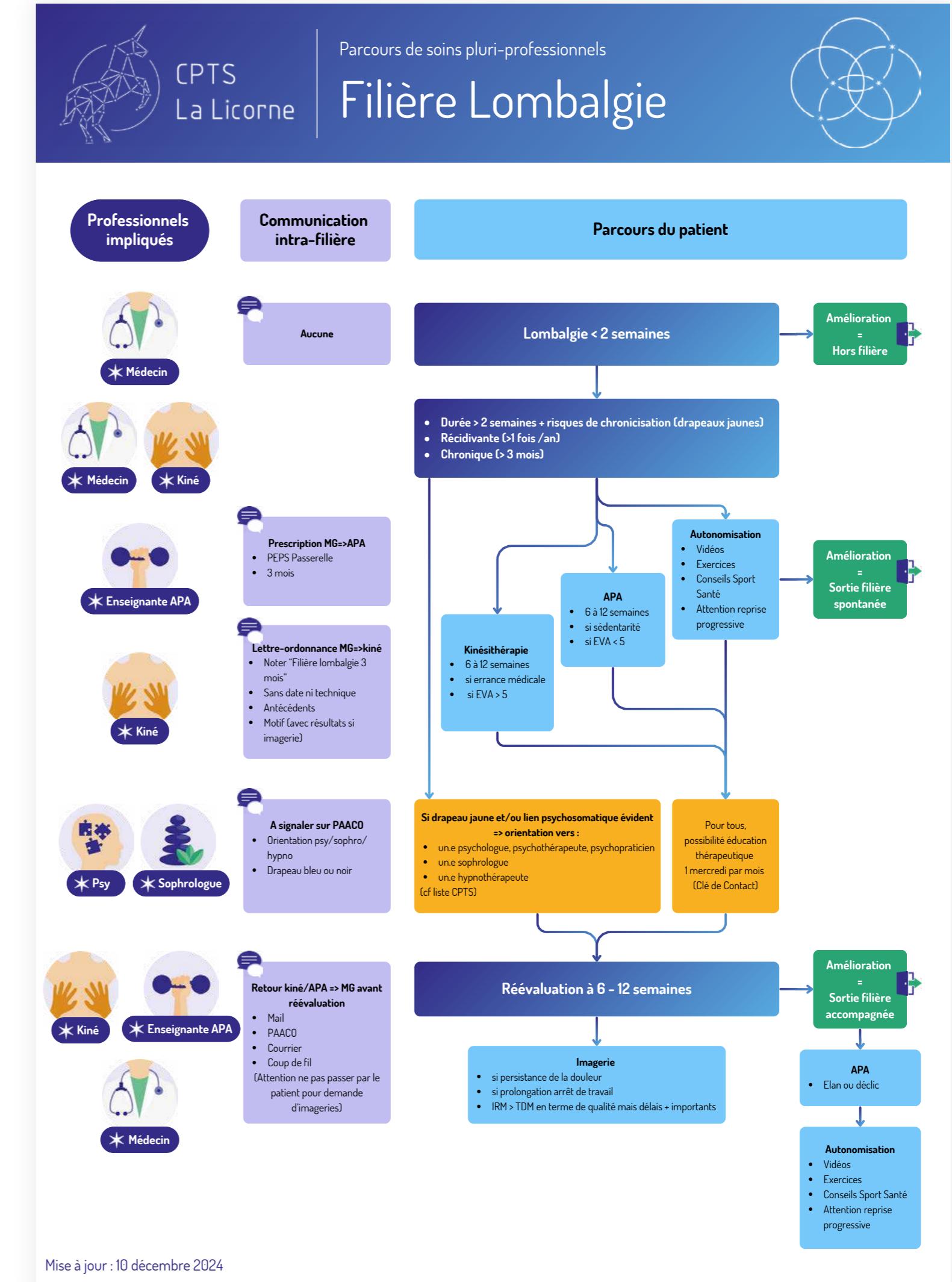
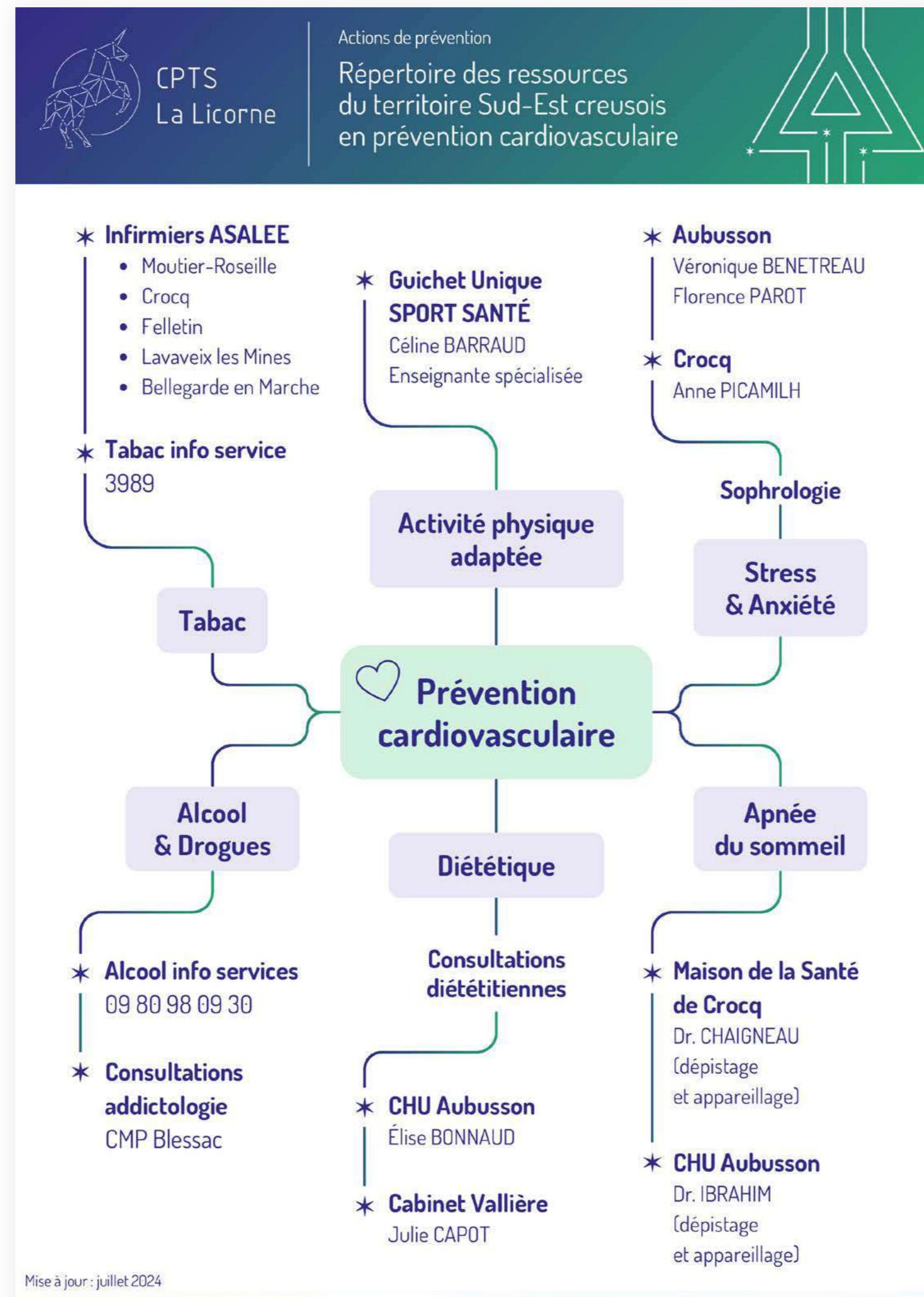
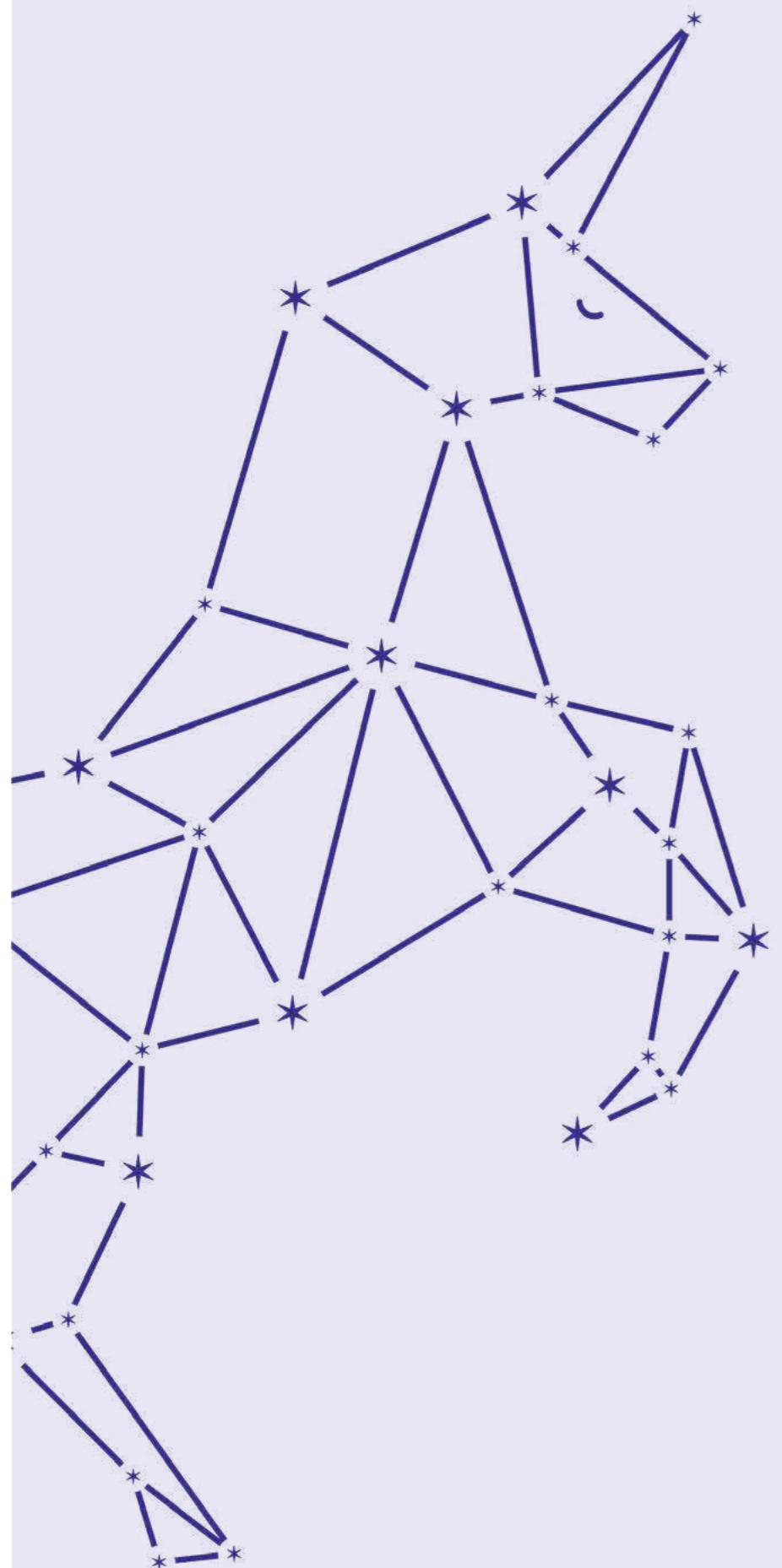


2024

## CPTS La Licorne

Communauté professionnelle territoriale  
de santé du sud-est creusois

Mise en page de documents à destination  
des professionnels de la santé.



2024

## BAM!

Bar associatif Magnatois

Conception d'un logo où chaque habitant du village peut se retrouver.



CONCEPT : LE A REN-VERRE-SSE

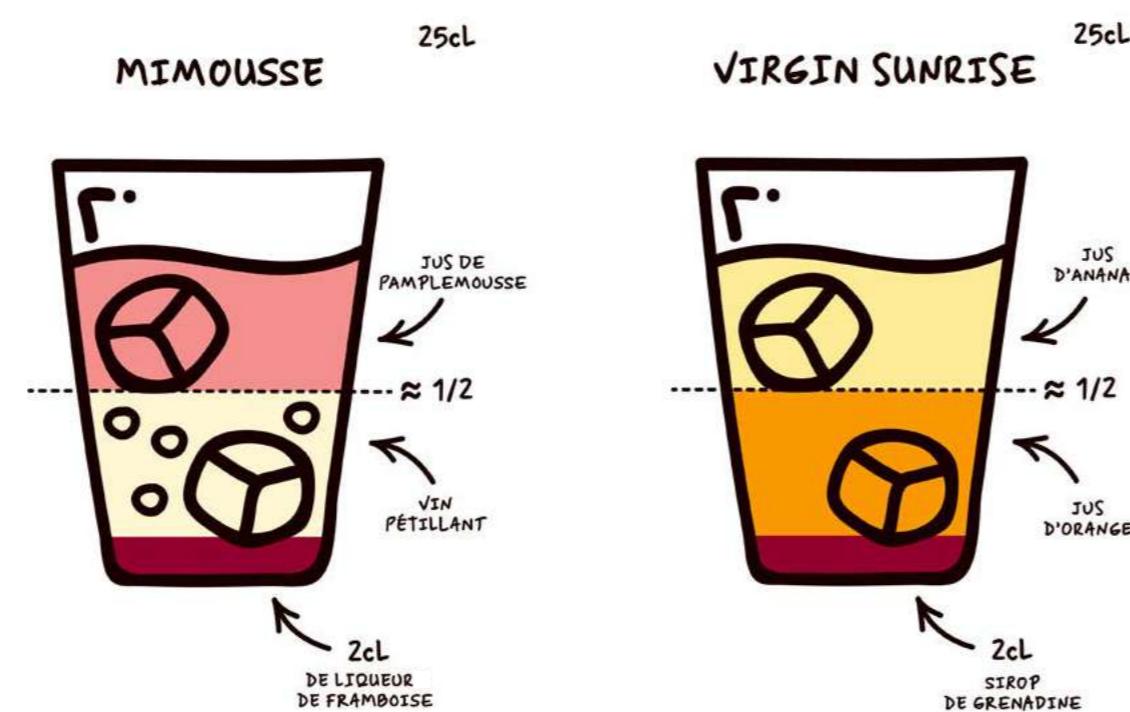


2024

**BAM!**

Bar associatif Magnatois

Création de cartes, affiches, flyers, mais aussi de supports visuels explicatifs à destination des bénévoles non-professionnels.

**AVEC ALCOOL****BIÈRES**

GALOPIN 12,5cl	1€50
DEMI 25cl	2€50
DEMI PICON/SIROP 25cl	3€
PINTE 50cl	5€
PICHET 1,4L	12€50
BOUTEILLE 33cl	3€

**VINS**

PETIT VERRE 6cl	1€
VERRE 12,5cl	2€
KIR 12,5cl	2€50
BLANC PÉTILLANT 12,5cl	2€50

**APÉRITIFS**

PORTO 6cl	3€
GET 27 6cl	3€
AVÈZE 6cl	3€
MARTINI BLANC 6cl	3€

**COCKTAILS 25cl**

<b>SPRITZ</b>	5€
Blanc pétillant, liqueur (apérol, sureau ou autre), eau pétillante	
<b>MIMOUSSE</b>	5€
Blanc pétillant, jus de pamplemousse, liqueur de framboise	
<b>PIÑA COLADA</b>	5€
Malibu, jus d'ananas, lait de coco	
<b>MARMOTTE</b>	5€
Martini blanc, tonic, sirop de bergamotte	
<b>KIEV MULE</b>	5€
Eristoff Ginger, soda gingembre, citron	

sans alcool au dos



Prix avec Service compris

**BOISSONS CHAUDES**

CAFÉ	1€
THÉ, INFUSION	1€
CHOCOLAT	1€50
SUPPLÉMENT LAIT	50cts.
CAFÉ VIENNOIS	1€50
CHOCOLAT VIENNOIS	2€



avec alcool au dos

**SANS ALCOOL**

<b>COCKTAILS 0,0%</b>	25cl
VIRGIN PIÑA	4€
Jus d'ananas, lait de coco, sirop de rhum	
GINGERUS	4€
Soda gingembre, sirop d'hibiscus, citron	
VIRGIN SUNRISE	4€
Jus d'orange, jus d'ananas, sirop de grenade	
VIRGIN CUBA (35cl)	4€
Cola 23, sirop de vanille, citron	
CAFÉ FRAPPÉ	3€
Café (normal ou déca), sucre de canne, lait de noisette	

SIROPS 50cts.  
PAMPLEMOUSSE, PÊCHE, MENTHE,  
CITRON, FRAISE, GRENADINE...

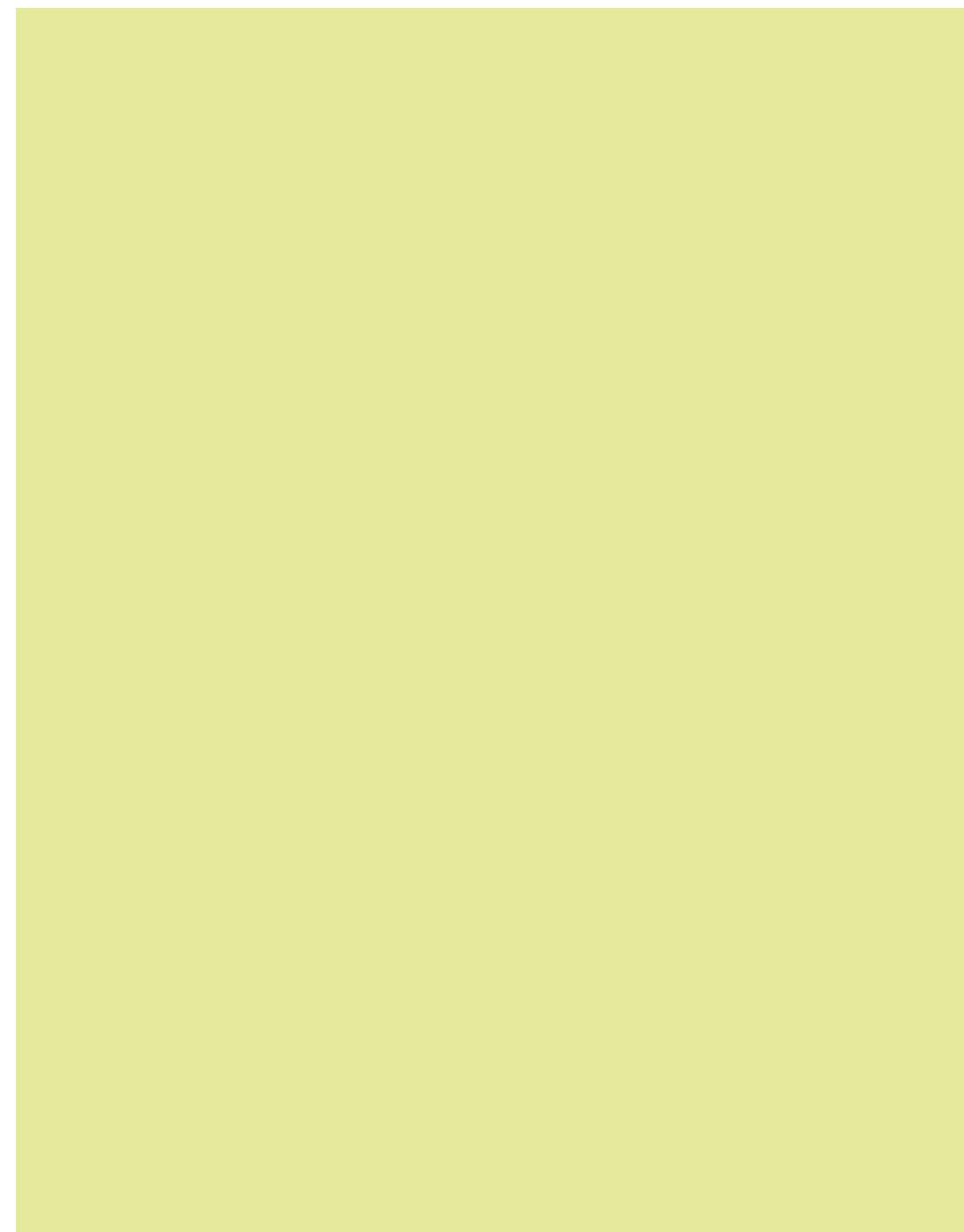
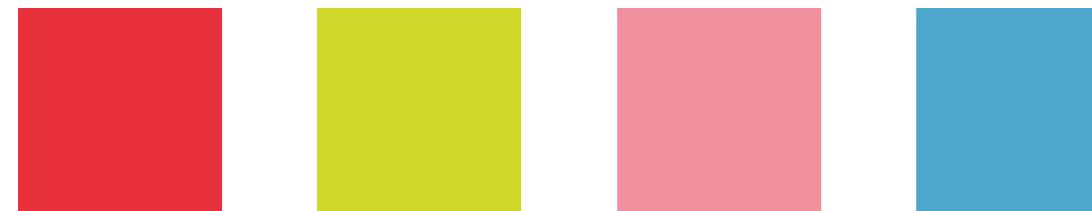
Prix avec Service compris

2024

## Felletin'touin

Festival de jeux à Felletin  
organisé par La Limou'zine

Création de l'identité visuelle, de l'affiche et  
du dépliant pour un festival de jeux qui pro-  
posant un parcours ludique à travers la ville.



2023

## Les Résistantes

Festival des luttes locales et globales  
organisé par Terre de Lutte

Création de l'identité visuelle, de l'affiche et  
du livret. Conception d'un monstre des  
luttes, mascotte du festival.



2015

## **Effective Institutions Platform**

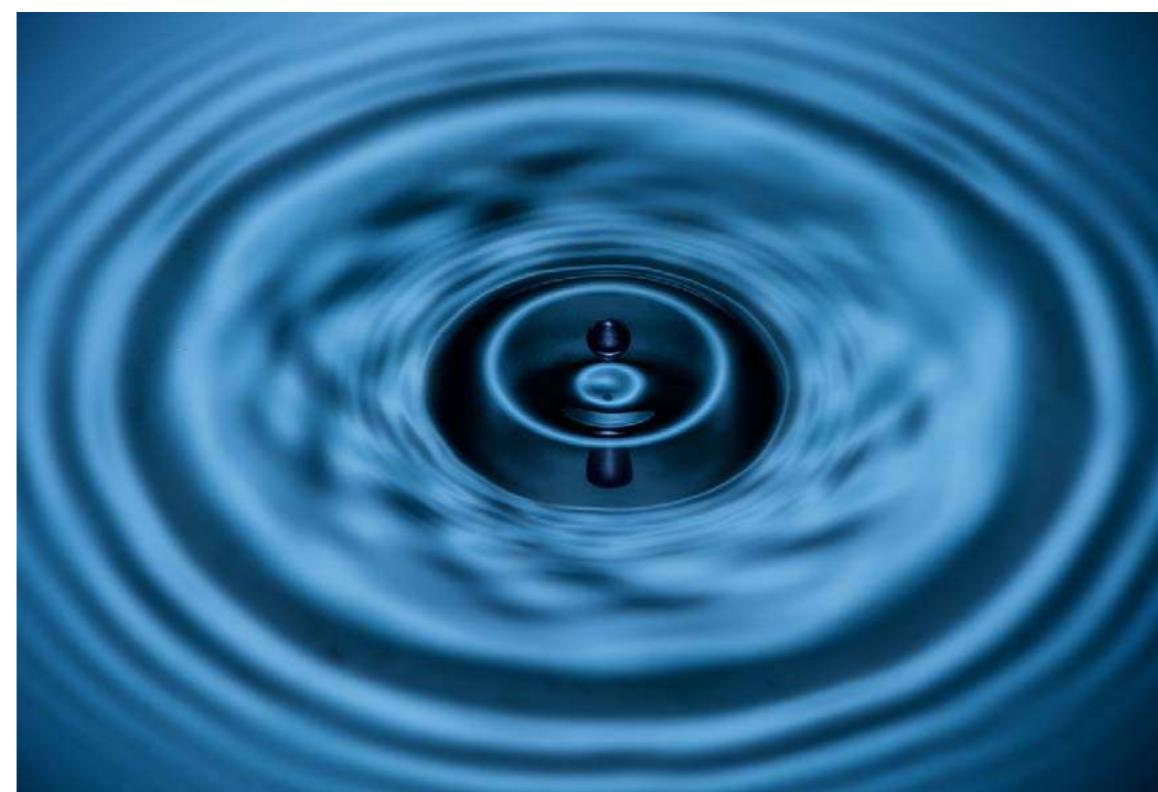
Alliance internationale pour  
le développement du secteur public

Refonte du logo avec une icône dynamique symbolisant à la fois la démocratie et le rayonnement extérieur. Un élément graphique fort, réutilisable en filigrane sur les supports de communication.



# **Effective Institutions Platform**

Concepts associés : Hémicycle, Diffusion, Émission, Rayonnement



2015

## Effective Institutions Platform

Alliance internationale pour  
le développement du secteur public

Refonte du site web, de l'arborescence, des  
parcours UX et du design d'interface.

Intégration d'une bibliothèque interactive  
de ressources dotée d'un système de filtrage  
avancé.

**Effective Institutions Platform**

Home / About Us / Resource Library / News & Events

### Because effective institutions deliver better development results.

#### EIP's 5 pillars

- Change Management and Making Reform Happen
- Indicators for Success
- Use of Country Systems
- Domestic Resource Mobilisation
- Accountable and Inclusive Institutions

#### Search Resource Library

Search...

Choose a problem:

- What is the problem that my reform should tackle? 342
- How does my problem fit into the wider/broader context at hand? 83
- How can I design a successful reform? 25
- How can I track and evaluate progress during my reform? 436
- How can I share my experience and learn from others? 23
- How can development partners more effectively support reforms? 167

Search by theme:

- Public Procurement 43
- Public financial management/budget 76
- Tax policy and tax administration 164
- Access to information/transparency 57
- Accountability 35
- Integrity and anti-corruption 386
- E-government/ICTs 87
- Regulatory governance 193
- Performance measurement and evaluation 143
- Public service delivery 43

Search by key word:

- Education 375
- Reform 76
- Job 285
- Developement 157
- Law 35
- Elections 186
- Corruption 374
- International organisation 198
- Management 143
- Budget 43

Join the conversation:

© Effective Institutions Platform - All rights reserved

Contact Credits Terms of use Site map

Login / Sign in

Home / About Us / Resource Library / News & Events

### 48 documents found:

**EIP Fact Sheet**  
The report of the High Level Panel on the Post-2015 Development Agenda agreed that good governance and effective institutions are central for sustainable growth and poverty reduction(...)  
[Read more](#) / [Download pdf \(154 Ko\)](#)

**New Consensus on More "Effective Institutions" for Development**  
We endorse in Busan a new consensus on supporting and strengthening institutions and policies to ensure they are effective in delivering or enabling the delivery of public services. The initiatives under the New Consensus draw on lessons learned since Paris and Accra on the country-level evolution (...)  
[Read more](#) / [Download pdf \(492 Ko\)](#)

**Manila Consensus on Public Financial Management Partnering to Strengthen Public Financial Management for Effective States**  
We, representatives of partner countries, multilateral and bilateral development organizations, parliaments and civil society, note that strengthening Public Financial Management (PFM) is essential for effective and sustainable economic management and public service delivery. We recognize (...)  
[Read more](#) / [Download pdf \(327 Ko\)](#)

**Partnering to Strengthen and Support Effective States: Statement of Principles and Recommendations**  
We, representatives of countries, development organizations, parliaments and civil society, underscore the importance of effective states for sustainable and equitable development outcomes. An effective state is one that establishes an enabling environment for the delivery of high-quality (...)  
[Read more](#) / [Download pdf \(154 Ko\)](#)

**Summary Session 1 Pre-Day Mexico**  
The session explored two related topics: how to improve efforts to strengthen country systems through better measures, and how to expand the use of country systems, which has been set as the default approach by the Busan Partnership agreement. Two new initiatives were announced in this framework (...)  
[Read more](#) / [Download pdf \(154 Ko\)](#)

**New Consensus on More "Effective Institutions" for Development**  
We endorse in Busan a new consensus on supporting and strengthening institutions and policies to ensure they are effective in delivering or enabling the delivery of public services. The initiatives under the New Consensus draw on lessons learned since Paris and Accra on the country-level evolution (...)  
[Read more](#) / [Download pdf \(492 Ko\)](#)

**Manila Consensus on Public Financial Management Partnering to Strengthen Public Financial Management for Effective States**  
We, representatives of partner countries, multilateral and bilateral development organizations, parliaments and civil society, note that strengthening Public Financial Management (PFM) is essential for effective and sustainable economic management and public service delivery. We recognize (...)  
[Read more](#) / [Download pdf \(327 Ko\)](#)

Previous page Page 1/14 | Jump to page: ... Next page

Join the conversation:

© Effective Institutions Platform - All rights reserved

Contact Credits Terms of use Site map

Search Resource Library

Search...

Choose a problem:

- What is the problem that my reform should tackle? 342
- How does my problem fit into the wider/broader context at hand? 757
- Selecting analytic frameworks 21
- Analysing the political economy 126
- Identifying and balancing trade-offs/concessions for overcoming political barriers to reform 174

How can I design a successful reform? 38

How can I track and evaluate progress during my reform? 213

How can I share my experience and learn from others? 85

How can development partners more effectively support reforms? 312

Search by theme:

- Public Procurement 375
- Public financial management/budget 76
- Tax policy and tax administration 285
- Access to information/transparency 157
- Accountability 35
- Integrity and anti-corruption 186
- E-government/ICTs 374
- Regulatory governance 198
- Performance measurement and evaluation 143
- Public service delivery 43

Search by key word:

- Education 375
- Reform 76
- Job 285
- Developement 157
- Law 35
- Elections 186
- Corruption 374
- International organisation 198
- Management 143
- Budget 43

2023

## **Les Légumes du Moulin**

Maraîchers de Magnat-l'Étrange

Conception d'un logo évoquant le moulin à travers le mouvement circulaire de sa roue.



*Les Légumes  
du Moulin*

Concept : Une roue de légumes



## Logos

Quelques logo créés  
tout au long de mon parcours



# Mariii Mantopoulos

## Graphiste

mmantopoulos@gmail.com

06 64 15 95 29

Permis B

[www.mariii.com](http://www.mariii.com)

### Compétences

- Recueil du besoin
- Tests utilisateurs
- Management de projet
  
- Figma
- Illustrator
- InDesign
- Photoshop
- HTML5 / CSS3
- Notion
- Excel
- Git
  
- Anglais
- Français
- Espagnol

### Diplômes obtenus

- 2014 • **Responsive web design**  
Formation individuelle  
Dispensée par Raphaël Goetter  
d'Alsacreations
- 2011 • **Graphiste multimédia & édition**  
Niveau III en alternance  
École Multimédia / Paris 3, France
- 2006 • **BTS Design d'espace**  
option événementiel  
École Duperré / Paris 3, France
- 2004 • **Mise à niveau en arts appliqués**  
École Estienne / Paris 13, France
- 2003 • **Baccalauréat scientifique**  
mention très bien  
École Alsacienne / Paris 6, France

# Expériences

### Entreprises & Organisations

- 2023 **Les Légumes du Moulin**  
Maraîchers de Magnat-l'Étrange  
Logo
- 2022 **La petite pouss'e**  
Ateliers parentalité basés à Saint-Front  
Logo, dépliant
- 2017-2024 **Forum mondial de l'OCDE pour l'intégrité et la lutte anti-corruption**  
Identité visuelle, livrets, programme, affichage
- 2016-2022 **Perfection (salariat)**  
Service de test utilisateurs  
Directrice design et produit, gestion de projet
- 2016-2019 **Club du Sahel & l'Afrique de l'Ouest**  
Alliance internationale  
Dépliants, livrets
- 2015 **Greening OCDE**  
Sensibilisation à la consommation énergétique  
Design de visualisation de données en temps réel
- 2014-2016 **Effective Institutions Platform**  
Alliance internationale pour le développement du secteur public  
Logo, webdesign, intégration HTML/CSS
- 2014 **EAP Green**  
Programme de l'Union Européenne  
Webdesign, iconographie
- 2012-2015 **Ooreka (salariat)**  
Encyclopédie du quotidien  
Webdesign, intégration HTML/CSS
- 2009-2012 **Crédit Social des Fonctionnaires (salariat)**  
Institut financier  
Dépliants, affiches, photos, webdesign

### Associations

- 2024-aujourd'hui **Magn'amarpa**  
Association pour le maintien d'une agriculture paysanne de Magnat-l'Étrange  
Design graphique d'affichage, communication
- 2024 **CPTS La Licorne**  
Communauté professionnelle territoriale de santé du sud-est creusois  
Identité visuelle, diagrammes, documents types
- 2024-aujourd'hui **BAM! Bar Associatif Magnatois**  
Co-fondatrice, identité visuelle, communication, animation des bénévoles, service au bar
- 2024 **Felletin'touin, La Limou'zine**  
Festival de jeux à Felletin  
Identité visuelle, affiche
- 2024 **Des bulles dans l'espace, Café de l'espace & La Limou'zine**  
Festival de la bande dessinée à Flayat  
Affiche en co-création avec Sébastien Bouet
- 2024-aujourd'hui **Nouveau Souffle**  
Retraite autour de la transition écologique personnelle  
Identité visuelle, animation des ateliers
- 2023 **Les Résistantes, Terre de luttes**  
Rencontres des luttes locales et globales au Larzac  
Identité visuelle, affiche, programme
- 2023 **10 ans des Michelines**  
Événement de l'atelier de sérigraphie de Felletin  
Design graphique de la frise chronologique
- 2022 **Tag la vérité, Extinction Rebellion**  
Action de désobéissance civile  
Flyer
- 2020 **Camp Climat, Alternatiba et ANV-COP21**  
Rassemblement pour se former aux enjeux liés au dérèglement climatique  
Affiches, images pour les réseaux
- 2010-aujourd'hui **La Compagnie Théâtoc**  
Association de théâtre amateur  
Identité visuelle, scénographie