



Les artistes  
au cœur  
de l'agora.

# Sommaire.

## Intro

- Écosystème Créagora
- Vision et valeurs

## Logos

- Présentation des logos
- Zone de protection
- Tailles minimales
- Les interdits

## Typographie

- Polices principales
- Hiérarchie des titres
- Règles d'utilisation

## Couleurs

- Palette principale
- Accessibilité
- Déclinaisons par univers

## Mascotte

- Ago : rôle et personnalité
- Icônes, stickers et éléments graphiques

## Univers

- Ton et style visuel
- Iconographie
- Ambiances

## Supports

- Site web
- Application mobile
- Réseaux sociaux
- Présentations
- Papeterie

# 01. Intro.

- Écosystème Créagora
- Vision et valeurs

# Écosystème creagora.

Créagora est un écosystème créatif pensé pour faire dialoguer artistes, technologies et nouveaux usages de l'image.

La marque s'organise autour de plusieurs univers, réunis par une même ambition : proposer une approche plus créative, plus éthique, plus accessible et plus humaine de la création visuelle.

## Créagora

Marque mère de l'écosystème, Créagora est une plateforme de création éthique et souveraine, qui associe banque d'images et outil d'édition.

## Pixagora

Application mobile de l'écosystème, Pixagora met en valeur le patrimoine et l'événementiel à travers la photographie.

## Créagora AI

Extension technologique de la marque, Créagora AI explore le potentiel de l'intelligence artificielle comme outil d'assistance à la création.

# Vision & valeurs.

Créagora imagine une nouvelle manière de créer, partager et valoriser l'image. Un lieu où artistes, technologies et passionnés se rencontrent dans un même espace.

## Mots-clés

Créativité

Éthique

Souveraineté

Partage

Innovation

Accessibilité

Les valeurs de Créagora constituent le socle de son identité.  
Elles orientent la manière dont la marque pense, crée et évolue.

### **01. L'humain d'abord**

Créagora place l'humain au cœur de la création.  
La marque valorise le travail artistique, la sensibilité,  
l'intention et la singularité des regards.

### **02. Souveraineté**

Créagora défend des images plus authentiques  
et ancrées. La marque valorise nos territoires, nos  
cultures visuelles et les cadres européens.

### **03. Accessibilité**

Créagora rend la création visuelle plus simple  
et plus ouverte. La marque permet à chacun de  
communiquer facilement, avec qualité.

### **04. Sobriété responsable**

Créagora défend une innovation plus mesurée  
et plus frugale. La marque recherche un équilibre  
entre créativité, efficacité et impact maîtrisé.

# 02. Logos.

- Présentation des logos
- Zone de protection
- Tailles minimales
- Les interdits

# Présentation des logos.



Creagora vertical



Creagora Horizontal



Creagora Icône



Pixagora Horizontal



Pixagora vertical



Pixagora Icône



Pixagora Horizontal



Pixagora vertical



Pixagora Icône

# Zone de protection.



# Tailles minimales.



25mm



20mm



8mm

# Les interdits.



Déformer le logo



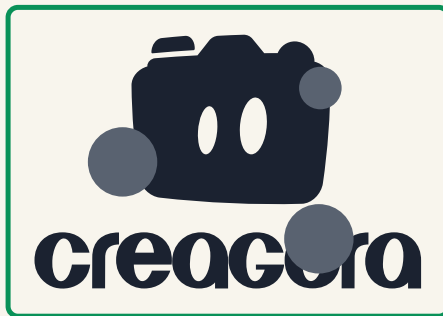
Changer la typographie



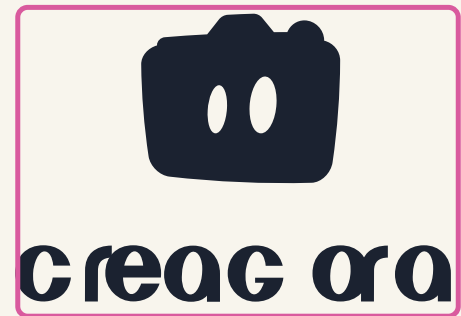
Déformer le logo



Changer les couleurs



Ne pas respecter  
la zone de protection



Ne pas respecter  
les espacements

# 03. Typographie.

- Polices principales
- Hiérarchie des titres
- Règles d'utilisation

# Polices principales.



Ibrand  
by. alfin weniardi

Portez ce vieux whisky  
au juge blond qui fume.  
1234567890 #\$\$%^&\*()!

Inter  
by. Rasmus Andersson

Portez ce vieux whisky  
au juge blond qui fume.  
1234567890 #\$\$%^&\*()!

# Hiérarchie typo- graphique.

La hiérarchie typographique  
distingue clairement expression de  
marque et lisibilité éditoriale.

HIÉRARCHIE

POUR.

INFO.

---

## Ibrand.

- Titres principaux

Font : Ibrand  
Taille : 60 pt / 72 pt

---

## Inter.

- Sous-titres

Font : Inter Bold  
Taille : 12 pt / 38 pt

---

## Inter.

- Textes

Font : Inter Regular  
Taille : 10 pt / 14 pt

---

## Inter.

- Informations  
secondaires

Font : Inter Light  
Taille : 9 pt / 12 pt

---

# Règles d'utilisation.

## 01. Respecter le rôle des polices

Réserver Ibrand aux titres principaux, et Inter aux contenus éditoriaux et fonctionnels.

## 02. Préserver la lisibilité

Maintenir des tailles adaptées, un interlignage confortable et une hiérarchie claire entre les niveaux de lecture.

## 03. Limiter les effets

Privilégier une composition sobre, structurée et cohérente avec l'univers de marque.

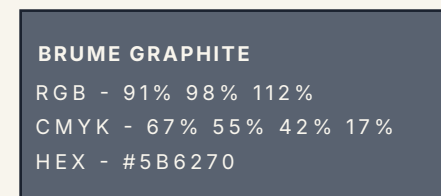
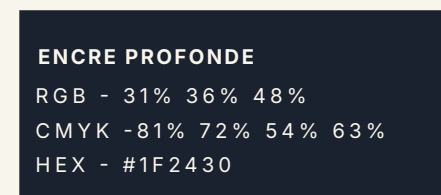
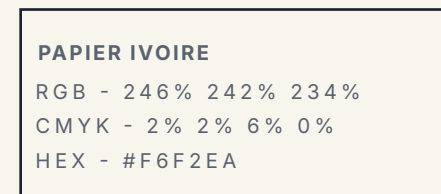
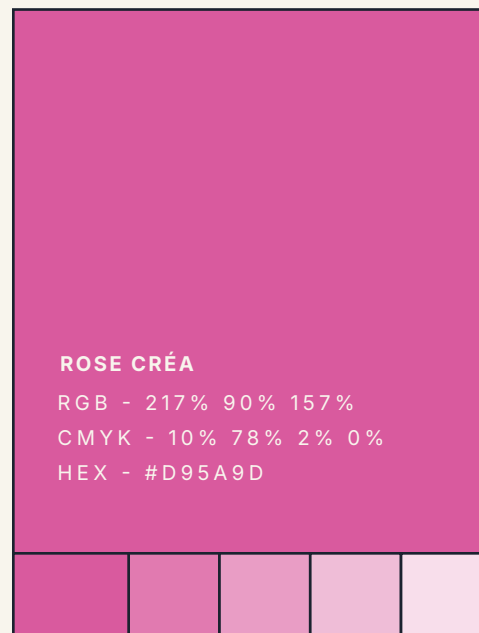
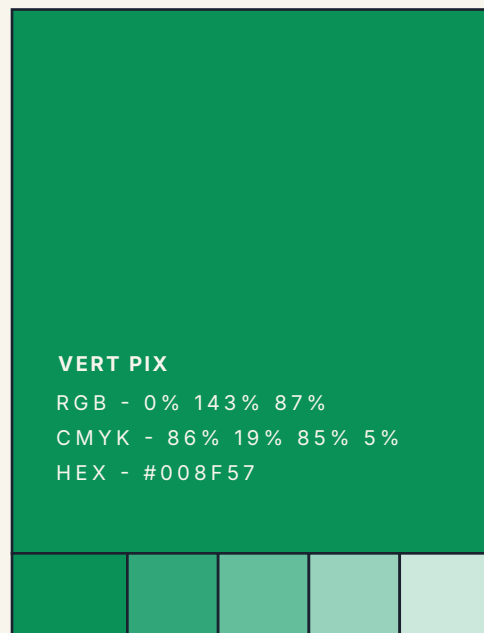
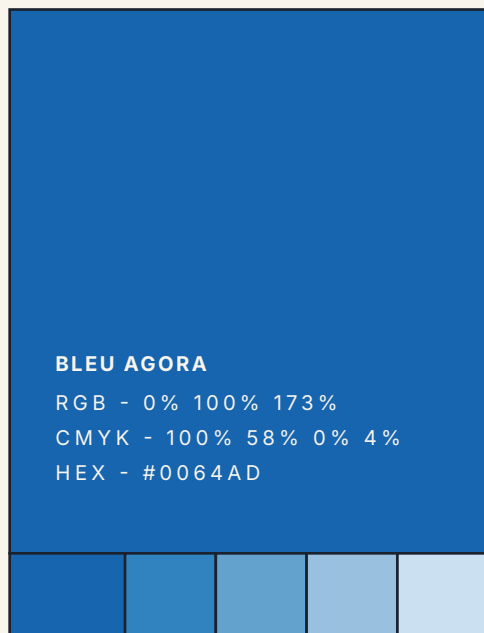
## 04. Conserver l'intégrité des polices

Utiliser les polices dans leurs proportions d'origine, sans déformation ni altération excessive.

# 04. Couleurs.

- Palette principale
- Accessibilité
- Déclinaisons par univers

# Palette principale.



# Accessibilité.

Le référentiel **WCAG 2.1** encadre les bonnes pratiques d'accessibilité numérique.

Il vise à concevoir des interfaces plus lisibles, plus compréhensibles et plus inclusives, en portant une attention particulière aux contrastes, à la hiérarchie visuelle et au confort de lecture.

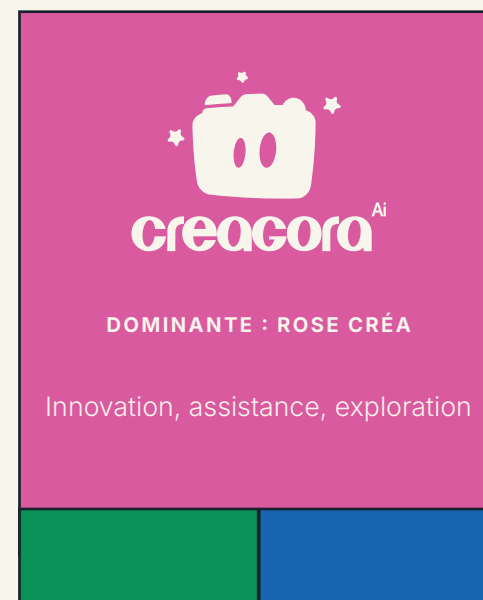
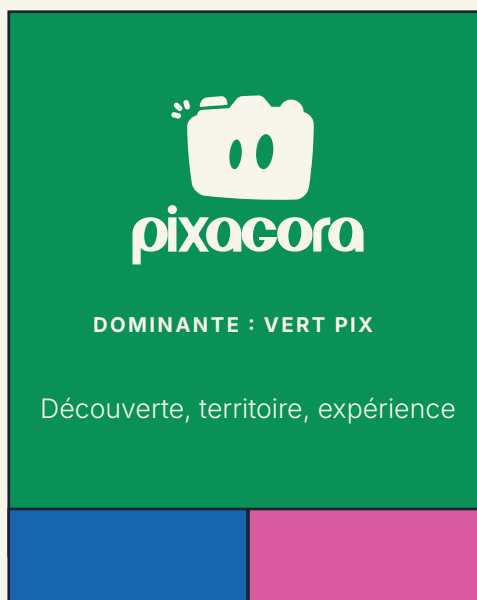
Les combinaisons présentées à droite servent de référence pour la palette Créagora.

	Grand/Normal	Grand/Normal
	AAA/AA	AAA/AAA
	AA/FAIL	AAA/AA
	AA/FAIL	AA/FAIL
	AAA/AAA	AA/FAIL
	AAA/AA	

# Déclinaisons par univers.

L'identité Créagora se décline en plusieurs univers complémentaires.

Chacun possède sa couleur dominante, son rôle et sa tonalité, tout en restant rattaché à un même socle visuel.



# 05. Mascotte.

- Ago : rôle et personnalité
- Icônes, stickers et éléments graphiques

# Ago, rôle et personnalité.



## Un repère de marque

Ago renforce la reconnaissance de l'univers Créagora et participe à la mémorisation de l'identité.



## Une présence vivante

Ago accompagne les prises de parole, les interfaces et les supports de communication avec proximité et simplicité.



## Un caractère expressif

Curieux, créatif et attachant, Ago s'exprime avec peu d'éléments, dans un registre simple et lisible.



## Un symbole iconique

Ago doit rester synthétique, identifiable et cohérent, sans surcharge ni complexité excessive.

# Icônes, stickers & éléments graphiques.

Ago peut se décliner en plusieurs formats pour enrichir l'écosystème visuel de Créagora.

Ces usages complémentaires prolongent l'identité de marque tout en conservant une cohérence forte avec le symbole principal.



## Icône

Ago peut être utilisé seul comme repère compact, notamment dans les avatars, favicons, applications ou espaces réduits.

## Stickers

Ago peut être décliné en expressions, postures ou situations simples pour accompagner les contenus, interfaces et prises de parole.

## Éléments graphiques

Certaines parties de la mascotte peuvent être utilisées comme motifs, formes secondaires ou détails visuels au sein du système de marque.

## Cohérence d'usage

Quel que soit le format, Ago doit rester identifiable, cohérent et aligné avec le langage graphique global de Créagora.