

Graphisme & Identité Visuelle

Stage 4 à 6 mois · 2026 · Paris / Saint-Germain-en-Laye (Télétravail partiel)

Structure	Klipsk - Operating Partnership Agency
Secteurs	Luxe · Design · Mobilier haut de gamme · Services Premium
Localisation	Paris / Saint-Germain-en-Laye
Télétravail	2 à 3 jours par semaine
Durée	4 à 6 mois selon convention
Gratification	Gratification légale (4,5 €/heure) + remboursement 50 % Navigo
Niveaux ciblés	BTS/BUT Design Graphique · Bachelor Bac+3 · Master Bac+5 · Grandes écoles d'art
Convention	Convention de stage tripartite obligatoire
Langue	Maîtrise du français fortement conseillée. A minima, anglais niveau langue maternelle (native speaker).

Klipsk — Qui sommes-nous ?

Klipsk est une agence de conseil en stratégie de marque et en performance commerciale, fondée en 2026 à l'intersection du Luxe, du Design et du Commerce. Nous accompagnons des marques de mobilier, des éditeurs de design et des acteurs du luxe de maison dans la structuration de leur offre, de leur présence digitale et de leurs opérations.

La Désirabilité Orchestrée est le concept au coeur de notre approche : transformer l'exigence esthétique d'une marque en résultats business mesurables, sans jamais sacrifier l'image.

L'agence est fondée par un profil dont la trajectoire couvre l'intégralité de la chaîne commerciale du luxe : du retail le plus exigeant au merchandising (retail puis collection) au siège de grandes maisons, jusqu'à la création de toutes pièces d'un département Marketing & E-Commerce et le pilotage d'une transition digitale complète, pour un acteur de renom du mobilier de luxe français. Une formation spécialisée à l'IFM en constitue le socle : un oeil produit formé aux codes du luxe autant qu'à la rigueur commerciale.

Klipsk est une agence en cours de construction, et c'est précisément l'opportunité. Le ou la stagiaire ne rejoint pas une structure établie avec des codes figés : il ou elle participe à forger l'identité visuelle de l'agence elle-même, de zéro, avec une liberté créative encadrée et un impact direct. En parallèle, les missions clients offrent une confrontation immédiate à des livrables concrets pour de vraies marques du secteur Luxe & Design.

Les missions · Ce que vous ferez concrètement

Phase 1 — Co-création de l'identité visuelle Klipsk

Vous contribuerez à la création de l'identité visuelle de l'agence elle-même. Aux côtés du fondateur, vous travaillerez à définir et matérialiser les fondations graphiques de Klipsk.

- Co-construction du système d'identité visuelle Klipsk : logotype, palette, typographie, règles graphiques
- Création des assets fondamentaux : papeterie, templates de documents internes, signature mail
- Développement d'un mini Brand Book de référence à destination des prestataires et partenaires
- Direction artistique de la future présence digitale (cadrage visuel avant développement du site)

Phase 2 — Missions graphiques pour les clients

Une fois les bases Klipsk posées, vous travaillez sur des missions concrètes pour des marques clientes du secteur Luxe et Design.

- Conception et déclinaison d'identités visuelles clients : chartes graphiques, assets de marque, templates
- Création de supports de présentation commerciale : pitch decks, line sheets, lookbooks produits
- Production d'illustrations originales à la main ET sur tablette graphique pour des marques de design
- Mise en page de documents stratégiques internes et clients

- Contribution à la ligne éditoriale et visuelle pour les réseaux sociaux (Instagram, LinkedIn, Pinterest)
- Veille créative sectorielle : design, luxe, direction artistique contemporaine

Missions complémentaires si compétence avérée

- Motion design (After Effects, Premiere)
- Contribution UX/UI sur des interfaces digitales : sites e-commerce, portails clients
- Création de contenus pour les réseaux sociaux de l'agence

Le profil que nous cherchons

Compétences techniques — Indispensables

- Maîtrise des outils Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign) à niveau avancé, book à l'appui
- Pratique de l'illustration à la main ET sur tablette graphique : les deux sont exigés
- Sensibilité typographique et maîtrise de la mise en page
- Compréhension de la chaîne de production graphique (print et digital)

Compétences techniques — Atouts appréciés

- Expérience en création de contenus pour les réseaux sociaux (Reels, Stories, formats statiques)
- Notions d'UX/UI (Figma apprécié)
- Pratique du motion design (After Effects, Premiere)
- Connaissance des codes visuels du Luxe ou du Design

Qualités personnelles — Non négociables

- Esprit critique : argumenter ses choix visuels, questionner le brief, ne pas exécuter aveuglement
- Proactivité : proposer sans attendre qu'on lui dise quoi faire
- Autonomie : prendre en main un brief et le mener à bout
- Rigueur chirurgicale : fichiers propres, nommés, versionnés, organisation méthodique
- Pugnacité : ne pas lâcher face à la complexité d'un brief ou aux allers-retours

Un book sans sensibilité commerciale ne sera pas retenu. Les créations doivent témoigner d'une compréhension du contexte marché et des objectifs de communication, pas seulement d'une habileté technique.

Qualité appréciée — Le plus

- Sensibilité personnelle à l'univers du mobilier design, de l'architecture d'intérieur ou du luxe

Ce que vous y gagnez

Travailler chez Klipsk, c'est contribuer dès le premier jour à la construction d'une agence, y compris à son identité visuelle. Les missions sont concrètes, les feedbacks directs, les apprentissages rapides.

- Co-crédation de l'identité visuelle d'une agence positionnée dans le Luxe et le Design : livrable de portfolio majeur
- Contribution directe à des livrables pour de vraies marques clientes dès la Phase 2
- Encadrement par un fondateur au parcours Luxe et Tech, avec une exigence de transmission directe
- 2 à 3 jours de télétravail par semaine
- Repas servis les jours de présentiel
- Horaires habituels 10h-18h, du lundi au vendredi
- Environnement exigeant et bienveillant, culture de l'excellence opérationnelle

Questions à joindre à votre candidature

Répondez à ces cinq questions dans le format de votre choix : texte, vidéo courte, enregistrement d'écran commenté. L'équivalent de 300 mots par question, ou quelques minutes.

- | | |
|-----------|---|
| Q1 | Choisissez une identité de marque ayant récemment subi une transformation substantielle qui vous a particulièrement touché. Articulez votre appréciation et la pertinence des changements actés par rapport à l'audience de la marque (300 mots maximum). |
| Q2 | Question inverse : une marque pour laquelle vous êtes en désaccord avec le changement d'identité acté. Articulez votre rejet et l'impertinence des changements par rapport à l'audience de la marque (300 mots maximum). |
| Q3 | Montrez-nous une création personnelle dont vous n'êtes pas entièrement satisfait. Expliquez ce que vous referiez différemment et pourquoi. |

- | | |
|----|--|
| Q4 | Nommez une marque du secteur Luxe ou Design que vous considérez sous-estimée ou mal comprise par le marché. Pourquoi ? |
| Q5 | Décrivez comment vous abordez un brief créatif de zéro : de la réception du brief au rendu. Pas ce que vous produisez, mais comment vous pensez. |

Nous n'interdisons pas l'IA. Nous cherchons quelqu'un qu'elle ne peut pas remplacer. *Un usage raisonné fait partie de notre quotidien professionnel, et ce sera le cas dans cette mission. Dans ce processus de candidature, nous vous demandons simplement d'être l'auteur de vos réponses. Ce que nous évaluons : votre culture, votre esprit critique, votre sensibilité, ne se délègue pas. Ces questions n'ont pas de bonne réponse. Elles ont une réponse honnête. C'est celle-là qui nous intéresse.*

Les candidatures présélectionnées se verront soumettre un exercice créatif complémentaire.

Candidature

CV + book (lien ou PDF) + réponses aux questions à envoyer à talents@klipsk.co avec en objet : Stage Graphisme 2026 / [Votre prénom]