

« TALENTS D'ARCHI 2026 »

Le concours national d'Architecture d'Intérieur Ynov x Perene

Ynov Campus, leader de l'enseignement supérieur dans les métiers du numérique et de la création, et **Perene**, marque du groupe Fournier spécialisée dans l'agencement sur-mesure haut de gamme, s'associent pour lancer la nouvelle édition du concours national d'architecture d'intérieur.

Cette année, les étudiants et lycéens de talent sont invités à **imaginer le salon de demain** : un espace pluriel, élégant et fonctionnel, capable d'accueillir la multiplicité des vies d'aujourd'hui — télétravail, sport, réception, détente, rangement — sans jamais compromettre l'esthétique et l'élégance.

Ce concours comporte 2 catégories :

1. Le prix **Talents Lycéens**
2. Le prix **Talents Ynov**

Le concours bénéficie à ce titre d'un double objectif :

- **Faciliter l'accès aux études supérieures d'excellence** : le prix Talents Lycéens récompense un jeune créatif en lui offrant une année de scolarité gratuite.
- **Promouvoir la créativité et le savoir-faire des architectes d'intérieur de demain** : le prix Talents Ynov met en lumière les projets étudiants les plus inventifs et permet leur mise en avant auprès de Perene, de son réseau de showrooms et de partenaires.

Les grandes étapes du concours

- **Lancement officiel et ouverture des inscriptions** : 2 février 2026
- **Clôture des inscriptions** : 27 mars 2026
- **Date limite d'envoi des projets** : 3 avril 2026
- **Annnonce des finalistes** : Vers le 27 avril 2026
- **Exposition des projets finalistes et cérémonie de remise des prix** : jeudi 21 mai 2026, Maison de l'Architecture à Paris.

Principaux prix et récompenses

- **Catégorie Talents Lycéens** :
 - **Finalistes** : 3 projets sélectionnés et exposés à Paris le 21 mai
 - **Lauréat** : **Une année d'étude** en Bachelor 1ère année Architecture d'Intérieur (valeur 7 900 €) pour l'année académique 2026-2027, dans le campus Ynov de son choix. En cas d'échec au baccalauréat 2026, la récompense sera reportée sur la rentrée suivante.

- **Catégorie Talents Ynov :**

- **Finalistes** : 3 projets sélectionnés et exposés à Paris le 21 mai
- **Lauréat : Réalisation d'un prototype par Perene** et mise en avant dans ses supports de communication (réseaux sociaux, site internet, magazine) ainsi qu'une présentation lors d'un événement design grand public.

Un jury d'exception

Le jury sera composé de :

- Architectes, architectes d'intérieur ou designers reconnus.
- Un ou plusieurs représentants d'Ynov.
- Un ou plusieurs représentants de Perene.
- Des représentants de nos partenaires.

À propos de Perene

L'histoire de Perene trouve son origine en 1938 en Haute-Savoie, sur les hauteurs du Lac d'Annecy. C'est ici que Perene a puisé son savoir-faire, en travaillant l'une des matières naturelles les plus nobles : le bois.

Fière de sa terre d'origine, où elle concentre toujours ses sites de design et de production, la marque est intimement liée au Lac d'Annecy, symbole d'un certain art de vivre. Ce cadre privilégié, qui alterne rudesse du climat l'hiver sur les cimes et esprit dolce vita l'été au bord du Lac, est particulièrement propice à l'inspiration de ses designers.

À l'instar d'une agence d'architecture d'intérieur, les équipes Perene sont baignées dans la culture de l'habitat et du « bien-être intérieur ».

Perene offre à ses clients, un savoir-faire global, qui associe architecture d'intérieur, agencement sur-mesure et décoration, pour une pièce ou la totalité des intérieurs qui lui sont confiés. Dans chaque boutique Perene, ce savoir-faire est porté par un agenceur, femme ou homme de talent, qui met tout en œuvre pour accompagner ses clients dans une démarche créative et engagée. Écoute, échange, partage... à l'image d'un architecte d'intérieur, il fera de chaque projet un moment de création passionnant et incomparable.

Perene, c'est 80 boutiques en France, pensées comme des ateliers d'inspiration et de création.

À propos de la filière Architecture d'intérieur d'Ynov Campus

Depuis plus de 20 ans, cette filière forme ses étudiants à concevoir et aménager des lieux (intérieurs ou extérieurs) en prenant en compte les contraintes budgétaires, structurelles et réglementaires. Les étudiants développent leurs compétences sur des projets pratiques variés, tels que la rénovation, l'agrandissement ou l'aménagement de maisons, bureaux,

commerces, hôtels ou espaces publics, qu'ils suivent depuis la rencontre du client jusqu'à la finalisation du chantier (maîtrise d'œuvre).

La formation Architecture d'Intérieur d'Ynov se déroule sur 5 années après le Bac et est aujourd'hui présente dans 13 grandes villes françaises.



Cahier des Charges du Concours « TALENTS D'ARCHI 2026 » Catégorie Talents Lycéens

Imaginer le salon de demain

Le salon est aujourd'hui un espace pluriel. Il concentre des usages multiples (repos, télétravail, sport, réception, repas, cinéma, rangements, ...).

Perene invite les étudiants à concevoir l'agencement haut de gamme d'un salon de 40 m², intégrant **un meuble ou un agencement sur-mesure**, élégant et modulable, capable d'intégrer ces nouveaux usages tout en incarnant l'univers de Perene : **singulier et non conventionnel, haut de gamme sans ostentation, fonctionnel sans compromis sur l'esthétique**.

- Dimensions du salon : 5 m x 8 m = 40 m². Le plan est libre (ouvertures, accès, circulation, hauteur ...)
- Le mobilier sur mesure devra intégrer 2 fonctions différentes (ex. : télétravail, détente, rangements, rétroprojecteur/cinéma, sport, ...) :
 - soit visibles et présentes par défaut
 - soit modulables
- Le mobilier sur mesure sera mural ou non mural (mur, angle ou central).
- La structure de base devra être composée de panneaux mélaminés mais le mobilier pourra intégrer tous types de matériaux.
- Le projet doit refléter les valeurs de Perene : **créativité, exigence, qualité, singularité**.
- La décoration intérieure du salon intégrera au moins **3 marques partenaires de Perene** (liste fournie ci-après).
- **Persona cible** : Fiche de présentation du client en P.J

Livrables attendus

- Les participants ont la possibilité de choisir leurs formes de rendus : exclusivement à la main (dessins, collages) ou exclusivement sur informatique ou une combinaison des deux.
- 3 à 4 formats A3 comprenant :
 - **Titre du Projet** : Nom inspirant reflétant le concept général.
 - **Identité du Participant** : Nom, prénom, statut (spécialité du Bac et nom du Lycée), mail et téléphone.
 - **Logos Ynov et Perene**
 - Un petit texte explicatif décrivant le concept global, les choix esthétiques et fonctionnels.
 - **Matériaux et références** : Palette de couleurs, finitions et références des matériaux utilisés, marques partenaires sélectionnées.
 - Un ou plusieurs plans du salon avec l'emplacement du mobilier

- Des perspectives dessinées à la main ou des visuels 3D, en couleur, reflétant l'ambiance du salon.
- **Format des livrables :**
 - Quel que soit la forme choisie (dessins, collages, informatique), les fichiers sont scannés et remis numériquement **dans un seul fichier .pdf.**
 - Les travaux doivent tenir sur **4 pages A3 maximum**, réunis dans **un seul** fichier.
 - Le fichier doit être nommé **OBLIGATOIREMENT** de la façon suivante : **nom_prénom du candidat** et déposé sur le site du concours.
 - Pour information : Les lycéens sélectionnés pour la finale à Paris devront pouvoir imprimer leurs affiches et réaliser une maquette (seulement si sélection à la finale)

Critères d'évaluation

1. Respect du cahier des charges et du client cible
2. Créativité, singularité et cohérence esthétique
3. Capacité à incarner l'univers Perene
4. Qualité des livrables attendus : Clarté, soin

Calendrier

- **Lancement officiel et ouverture des inscriptions sur le site Ynov** : 2 février 2026
- **Clôture des inscriptions** : 27 mars 2026
- **Date limite d'envoi des projets** : 3 avril 2026
- **Annonce des finalistes** : Vers le 27 avril 2026
- **Exposition des projets finalistes et cérémonie de remise des prix** : jeudi 21 mai 2026, Maison de l'Architecture à Paris.

Ressources disponibles

- Logos Ynov et Perene à télécharger
- Liste des marques partenaires avec liens
- Fiche de présentation du client cible en P.J

Vous êtes prêt à relever le défi ? Rejoignez-nous dès février 2026 pour imaginer le salon « signature » de Perene

Liste des marques Partenaires de Perene

[Approsine](#)
[Bed & Philosophy](#)
[Bien Fait](#)
[Bora](#)
[Carpyn](#)
[Charolles](#)
[Coedition](#)
[COREtec](#)
[Dacryl](#)
[DCW Editions](#)
[Élitis](#)
[Flip](#)
[Florim](#)
[Forestier](#)
[Isidore Leroy](#)
[Kann Design](#)
[La Quincaillerie](#)
[Laruche](#)
[Margaux Keller Collections](#)
[Matière Grise](#)
[Muuto](#)
[Orac Decor](#)
[Petite Friture](#)
[Quick-Step / Olicat](#)
[Red Edition](#)
[SLV](#)
[Terratinta Group](#)
[Toulemonde Bochart](#)
[Wall&decò](#)
[WoodUpp](#)



Laurence & Pierre

*Les Exigeants
(34% des clients Perene)*

PROFIL

Laurence : 58 ans, consultante (coaching et formation RH), travaille quelques jours/semaine depuis chez elle et se déplace pour ses missions

Pierre : 61 ans, jeune retraité (il était directeur logistique dans un grand groupe, et a pu bénéficier d'un départ anticipé)

En **couple**, 3 enfants (entre 25 et 35 ans) et un petit enfant, qui vivent à Marseille, Lyon et Chambéry, et reviennent souvent rendre visite à leurs parents à Lyon (ceux de Marseille restent le WE)

LOGEMENT

Lyon

Grand appartement (pour accueillir les enfants)

Ils vivaient dans une belle maison avec jardin en banlieue lyonnaise, mais trop grande depuis le départ des enfants, et ils voulaient se rapprocher du centre ville.

ATTACHEMENT CUISINE

★★★★★ : pièce centrale chez eux, ils y passent du temps à cuisiner les bons produits achetés chez leurs commerçants. Pierre s'est mis à cuisiner même en semaine maintenant qu'il est à la retraite, et ils cuisinent ensemble le WE. Ils mangent dans la cuisine quand ils sont tous les deux. La pièce est fermée du salon.

LEURS TOP CRITÈRES

- La **QUALITÉ** des produits
- L'ergonomie, la **FONCTIONNALITÉ**
- L'**ESTHÉTISME**

EXPÉRIENCE D'ACHAT

★★★★★ : ils avaient déjà refait la cuisine de leur ancienne maison, ils ne sont pas novices en matière de rénovation.

COMMENT ILS CONSOMMENT

Ils ont un niveau de vie confortable et ne sont donc **pas très sensibles aux prix**, ce qu'ils recherchent c'est avant tout la **qualité**. Ils privilégient avant tout les **petits commerçants et commerces de proximité** (pas forcément pour le côté local) car selon eux les produits sont plus qualitatifs et surtout ils peuvent bénéficier des **conseils experts d'un/e vendeur/se** ! Ils ne s'intéressent pas vraiment aux actions mises en place par les marques pour montrer leur engagement (respect de l'environnement, seconde main...), ils cherchent avant tout des **marques expertes**, qui leur donneront des **gages de leur qualité**.

LEURS MARQUES

- **Alimentation** : petits commerces de proximité, le marché, Monoprix
- **Mode** : Colmar, Bash, Zapa, Printemps, Caroll, 123, Sœur, Isabelle Marant, les boutiques du centre ville
- **Maison** : Bo Concept, Roche Bobois, Apple
- **Online** : Booking, Voyages Privés, Easyjet, SNCF, Doctolib, Planity, Amazon (mais de manière générale ils privilégient les magasins physiques)
- **Mobilité** : un SUV haut de gamme Mercedes (ils ont vendu la Mini de Laurence car ils n'ont plus qu'un seul garage)

DIGITALISATION DE LEUR VIE & EQUIPEMENTS

★★★☆☆ : les réseaux sociaux ne sont pas leur grande passion, mais ils ne sont pas déconnectés pour autant : avec les enfants qui vivent loin, ils utilisent WhatsApp ou les réseaux pour rester en contact, et Laurence utilise plusieurs outils digitaux pour son travail (teams, LinkedIn...). Ils ont aussi quelques objets connectés : Pierre a une AppleWatch et ils ont équipé leur appartement avec un thermostat intelligent pour mieux piloter la température de chaque pièce.

CONSOMMATION MEDIA

Radio (France Inter)

Magazine et journaux (Le Figaro, Vogue, Elle déco...)

TV (Journal TV, Eurosport et Canal pour regarder le golf et la F1, émissions sur Arte...)

Réseaux sociaux (LinkedIn pour l'activité de Laurence, WhatsApp pour la famille)

CENTRES D'INTÉRÊT

Ils ont passé beaucoup de temps à réfléchir à la **décoration** de leur nouvel appartement, c'est important pour eux de se sentir chez eux et dans un intérieur dont ils sont fiers. Ils sont aussi assez actifs, surtout depuis que Pierre est à la retraite et que Laurence ne travaille pas tous les jours. Ils vont souvent **marcher** ou **jouer au tennis** à deux ou avec des amis, et ils aiment bien jouer au **golf**. Laurence pratique également le Pilates régulièrement. Comme ils ont plus de temps et qu'ils se sont rapprochés du centre de Lyon, ils vont souvent faire des **expos** ou **musées**. Et 1 fois/an, ils organisent un **petit voyage** pour toute la famille, pour se retrouver quelques jours.

L'IMPORTANCE DES AVIS ET RECOMMANDATIONS

★★★★★ : ils privilégient les **conseils de leur entourage** (bouche-à-oreille) et le **feeling** avec le vendeur.



Laurence & Pierre

Les Exigeants

LEUR COMPORTEMENT PENDANT L'ACHAT

Laurence a découvert Perene dans **Elle déco**, puis elle a visité le **site de l'enseigne** en recherchant des spécialistes pour les accompagner dans leur projet. Ça lui a déjà donné quelques idées, et elle a vu qu'il y avait une boutique pas très loin de chez eux donc ils ont **pris RDV**. Ils savaient ce qu'ils ne voulaient pas, et avaient quelques idées de ce qu'ils voulaient, mais **voulaient surtout en discuter avec un expert**, qui pourrait challenger cela.

Pendant les différents RDV, ils se sont sentis en confiance avec l'agenceur, ils ont trouvé le **professionnalisme et le haut niveau de compétence** qu'ils attendent pour ce genre de prestation.

Ils ont quand même été faire un devis chez un indépendant pour comparer, mais ont décidé de signer avec Perene car ils trouvaient l'ensemble de la prestation meilleur, ont apprécié le relationnel avec l'agenceur et surtout ont eu le sentiment d'avoir trouvé une marque singulière, qui leur proposait un **projet audacieux, qui donne beaucoup de caractère à leur intérieur**.

Et ça les a rassurés d'être **tenus régulièrement au courant** (avec des appels réguliers de l'agenceur pour le suivi du projet).

DÉCLENCHEUR DE L'ACHAT

Ils ont aménagé dans leur nouvel appartement et leur cuisine a déjà été rénovée, il leur reste à aménager le salon /séjour.

LES ARGUMENTS PERENE QUI LEUR ONT PARLÉ

- ✓ Les compétences pointues de l'agenceur : ils recherchaient un expert, capable de leur proposer un haut niveau de maîtrise et un parti pris
- ✓ Le choix de finitions et matériaux, y compris Studio Perene : pour répondre exactement à leurs envies esthétiques
- ✓ L'équipement et la qualité des meubles : ils ont un budget conséquent, mais veulent savoir pourquoi ils paient
- ✓ Un interlocuteur multi expert : qui va pouvoir suivre le projet de bout en bout
- ✓ La réassurance d'une marque sous enseigne (vs indépendant)...tout en restant une marque exclusive
- ✓ La market place : pour sélectionner des objets déco en cohérence avec le projet
- ✓ Le suivi de chantier