



PASS THE BATON: TRIPLE RELAIS DU UP-RECYCLING

PASS THE BATON: TRIPLE RELAIS OF UP-CYCLING

Élaboré sur la foi d'un circuit vertueux, Pass the Baton fonctionne sur le principe du re-upcyclage sentimental, esthétique et référentiel instauré par Kasamichi Katayama et relayé par trois magasins et un e-shop.

Developed on the basis of a virtuous cycle, Pass the Baton works according to the principle of emotional, esthetic and referential up-cycling, in a setting designed by Kasamichi Katayama and echoed in three stores and an e-shop.

UNE MISE EN QUARTIER, UN CONCEPT

Un an après l'ouverture de Pass The Baton, encouragé par le succès de son concept singulier et altruiste, Masamichi Toyama ouvrait en 2011 un second relais en plein quartier d'Omotesando, cette adresse devenant le pilier et la plate-forme « logistique » d'une chaîne sentimentale élaborée sur le principe du new & up-recycling. « Pass on things that you truly love ». C'est sur la foi de cet acte que Pass the Baton a construit son engagement, invitant de nombreuses personnalités, artistes, acteurs musiciens, poètes, directeurs artistiques et autres présentateurs télé japonais à venir troquer tous les objets qui leurs sont chers mais dont ils ne servent pas et qui sont encore potables et portables pour ne pas être jetés. Accessoires de mode, bijoux, objets de décoration, souvenirs de voyage, bricoles kitsch, vêtements, sacs : l'inventaire est infini et n'existe que par les gens et les histoires transmises. En effet, le process Pass the Baton exige que chaque objet vendu soit accompagné du profil du vendeur avec photo et d'une courte note racontant où, quand, comment, pourquoi le dit-objet fut acheté, chiné, trouvé, cédé, etc... Résultat, chaque acheteur devient un passeur qui ajoutera de sa mémoire à celle de l'objet. Pratiquement, étiqueté, documenté, prix fixé par son dépositaire, chaque objet est ensuite dispatché dans l'un ou l'autre des trois magasins Pass the Baton, voire dirigé vers la boutique en ligne, où il restera en vente trois mois durant avec prix réduit de 30% après deux mois. Une fois vendu, son montant est divisé par deux, libre au vendeur de reverser sa part à une association caritative via la Charity Platform. Pass the Baton noue également de nombreuses collaborations avec des compagnies comme Adidas, le verrier Riedel, Échiré (oui, le beurre !), Dean & DeLuca, le tailleur United Arrows ou la verrerie japonaise Hario pour up-cycler des fins de collection ou de stock ensuite customisés au chiffre et logo de Pass the Baton. « Post label, post recession » ou le retour à l'achat-émotion.

A NEIGHBORHOOD, A CONCEPT

A year after the opening of Pass The Baton, encouraged by the success of his original and altruistic concept, Masamichi Toyama opened a second outlet in the heart of Omotesando, which became the pillar and « logistical » platform of an emotional chain built on the principle of new- and up-cycling. « Pass on things that you truly love ». It is on the faith of this act that Pass The Baton built its commitment, inviting a number of prominent figures, artists, actors, musicians, poets, artistic directors and TV presenters to come trade in objects that they love but are not using, which are still consumable and wearable, so that they won't be thrown away. Fashion accessories, jewelry, decorative objects, travel souvenirs, kitschy knickknacks, clothing, bags : the inventory is endless and only exists by the grace of individuals and the stories they pass on. In fact, the Pass the Baton process requires that each object sold be accompanied by a profile of the seller with a photo and a short note telling where, when, how, why the object in question was purchased, discovered, found, given, etc... As a result, each buyer becomes a messenger, adding his or her memory to that of the object. In practical terms, labeled, documented, with the price set by its depositor, each object is then sent to one of the three Pass the Baton shops, or directed to the online boutique, where it will remain on sale for three months, with a price reduced by 30% after two months. Once it is sold, the proceeds of its sale are divided in two, with one part left at the discretion of the seller to decide how much he/she wants to give to a charity via the Charity Platform. Pass the Baton also sets up a number of collaborations with companies such as Adidas, glassmaker Riedel, Échiré (yes, the butter !), Dean & DeLuca, tailor United Arrows, or Japanese glassmaker Hario, to up-cycle unsold stock or end of collection merchandise, which is then customized with the insignia and logo of Pass the Baton. « Post-brand, post-recession » is the theme, or, the return to purchases with meaning.



UN ESPACE

Inauguré en 2011, enfoui en sous-sol, Pass the Baton Omotesando a été conçu par Kasamichi Katayama, fondateur de l'agence-star Wonderwall créditée de références enviables à Tokyo, Uniqlo, Thom Browne, Mackintosh, The Soho, APC, Bape Store ; à Paris avec Le Printemps et Colette ou encore à Séoul avec Man on the Boon et Boon Jr... C'est aussi le seul des trois magasins Pass the Baton à disposer d'un comptoir d'inscription où l'on vient consigner sur rendez-vous les objets qu'on désire « passer ». Pur bazar aux merveilles, l'espace de vente n'obéit à aucune règle merchandising et mixe pièces uniques à des petites séries personnalisées issues des collaborations avec des firmes-amies. C'est ici qu'a été revendu le mobilier du Temporary Llove Hotel et que 700 exemplaires de tasse de la manufacture japonaises Seto sont partis en un mois. Le magasin est également doublé d'une galerie où sont organisées des expositions comme *J'aime mon carré* (avec la complicité de Hermès) et où sont programmées des rencontres avec des architectes et des artistes, toujours très suivies.

A SPACE

*Inaugurated in 2011, lost in a basement, Pass the Baton Omotesando was designed by Kasamichi Katayama, founder of star agency Wonderwall, credited with enviable projects in Tokyo, Uniqlo, Thom Browne, Mackintosh, The Soho, APC, Bape Store; and in Paris, with Le Printemps and Colette, or in Seoul, with Man on the Boon and Boon Jr... This was also the only one of the three Pass the Baton shops to have a registration counter for consigning, by appointment, objects that one wants to « pass on ». A true miracle bazaar, the sales space follows no real merchandising rules, and mixes one-of-a-kind items with small, personalized sets from the collections of partner companies. It was here that furniture from the Temporary Love Hotel was resold, and that 700 cups from manufacturer Seto were sold in one month. The shop is also enhanced with a gallery where exhibits are held, such as *J'aime mon carré* (I love my scarf, with the cooperation of Hermès), and where highly-popular encounters with architects and artists are on the program.*



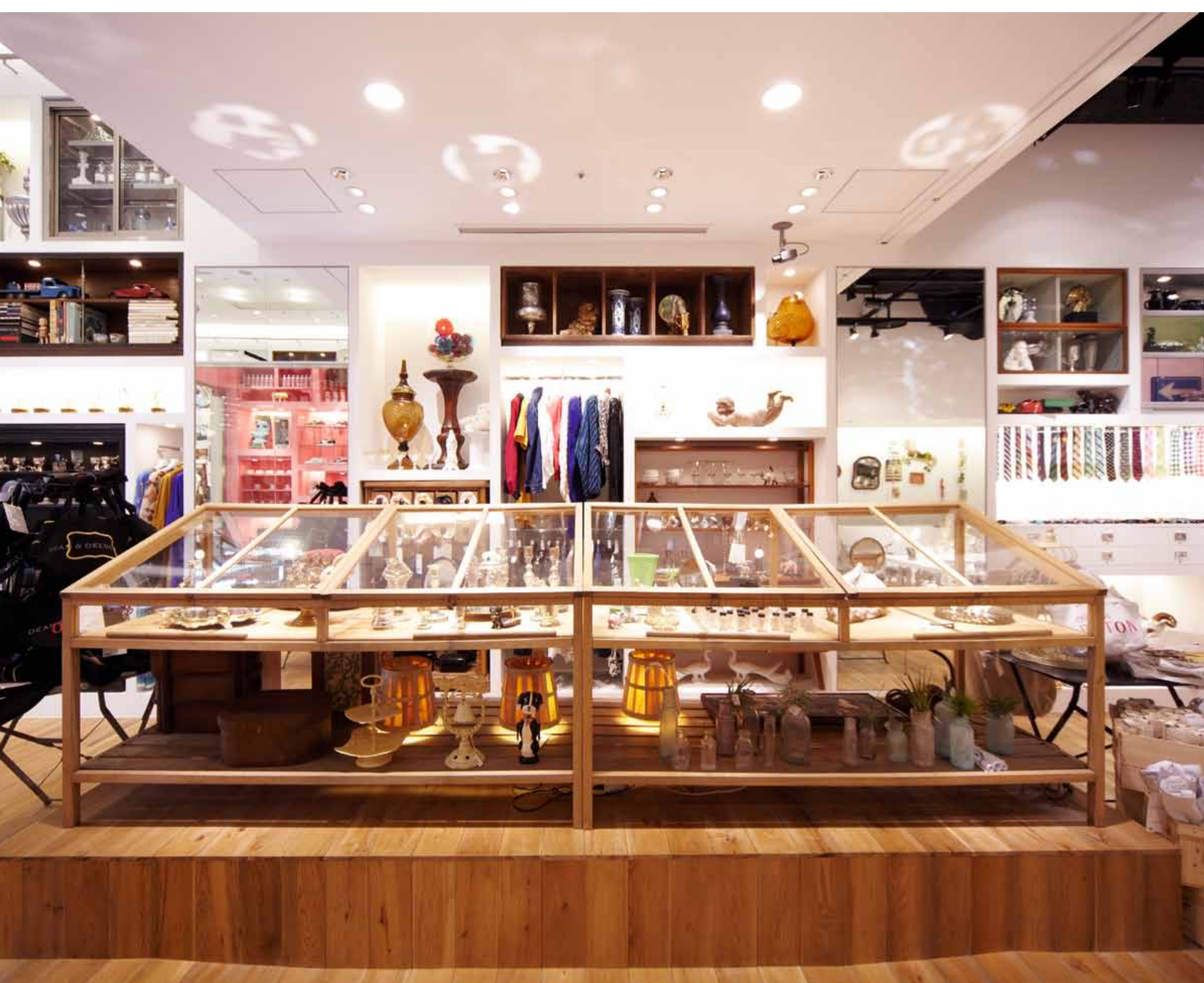
PORTRAIT

Né à Tokyo en 1962, mi-homme d'affaires mi-artiste, Masamichi Toyama est le fondateur et directeur artistique du groupe Smiles Co., véritable usine à succès et générateur de plusieurs concepts marchands très différents les uns des autres mais résultant tous d'un seul axiome : l'observation. C'est en voyant une employée avaler une soupe à la sauvette lors de sa pause déjeuner que Toyama eut l'idée d'un bar-à-soupes. Ainsi naquit Soup Stock Tokyo, développé à la faveur d'un intra-venture avec le géant industriel Mitsubishi chez qui Toyama était salarié depuis dix ans. Aujourd'hui, Soup Stock est une chaîne alimentaire comptant plus de 50 points de vente. C'est également pour briser la monotonie ultra-formelle de l'uniforme urbain des salary-men que Toyama créa en 2011 la marque Giraffe, collection de cravates colorées, gaies et insolentes, élargie au style féminin et sautée au col avec trois magasins ouverts à Tokyo. Auteur d'un ouvrage intitulé *Determined to Succeed*, régulièrement invité pour exprimer en public ses goûts – l'homme est un dandy affiché – et encourager les plus jeunes à réaliser leurs projets, Masamichi Toyama a imaginé Pass the Baton alors qu'il était sollicité pour « trouver » quelque chose qui ferait le buzz dans l'enceinte du Marunouchi Brick Square, alors en cours d'ouverture. C'était en 2010. Quatre ans et quatre entités de vente plus tard, Pass the Baton a imposé sa philosophie altruiste d'un recycle-system doué de traçabilité et doté d'un supplément d'âme.

A PORTRAIT

*Born in Tokyo in 1962, half businessman and half artist, Masamichi Toyama is the founder and artistic director of the Smiles Co. Group, a real factory for success and generator of several retail concepts, each quite distinct, but all the product of a single axiom : observation. It was in observing an employee devouring some soup on the sly during a lunch break that Toyama had the idea of a soup bar. And so, Soup Stock Tokyo was born, developed as an « intra-venture » with industrial giant Mitsubishi, where Toyama had worked for ten years. Today, Soup Stock is a food chain with more than 50 outlets. It was also to break the ultra-formal monotony of the salary-men's urban uniform that Toyama created, in 2011, the Giraffe brand, a collection of colorful, fun and insolent ties, also including feminine styles, popping collars by opening three stores in Tokyo. Author of a book entitled *Determined to Succeed*, regularly invited to explain his tastes to the public – the man is a proud dandy – and to encourage young people to make their dreams come true, Masamichi Toyama created Pass the Baton as he was called upon to « find » something that would make a buzz within Marunouchi Brick Square, which was then about to open. That was in 2010. Four years and four sales outlets later, Pass the Baton has established its altruistic philosophy of a recycling system with provenance, endowed with a beautiful spirit.*

« A Contemporary Select Recycled Shop »



VISA POUR LE SUCCÈS
A PASSPORT TO SUCCESS

UN HOMME TAILLÉ POUR LE SUCCÈS A MAN CUT OUT FOR SUCCESS

Inventeur de la chaîne de bars-à-soupes Soup Stock Tokyo, créateur des lignes d'accessoires de mode Giraffe et My Panda, autant homme d'affaires qu'artiste, Masamichi Toyama est un pilier de la communauté tkyoïte.
Inventor of the Soup Stock Tokyo chain of soup bars, creator of fashion accessories lines Giraffe and My Panda, as much a businessman as he is an artist, Masamichi Toyama is a pillar of the Tokyo community.

UN CONCEPT A CONCEPT

Recycler, réveiller la mémoire, réinventer le souvenir : en appliquant le storytelling aux objets ayant appartenu à d'autres, Pass the Baton se fait relais et prescripteur en éveillant la conscience et la curiosité.
Recycle, awaken memories, and reinvent remembrance : by applying storytelling to objects that belonged to others, Pass the Baton becomes a point of relay and a trendsetter, awakening our conscience and curiosity.

UN ESPACE A SPACE

Ouvert en plein quartier consommériste, conçu par Kasamichi Katayama (agence Wonderwall), le magasin d'Omotesando est aussi la plaque-tournante du système marchand et caritatif Pass the Baton.
Opened in the heart of a major consumer area, designed by Kasamichi Katayama (Wonderwall agency), the Omotesando store is also the hub for the Pass the Baton charitable retail system.

ON Y VIENT POUR COME HERE TO

- Consigner les objets qu'on souhaite réintroduire dans un cercle vertueux,
- Passer ou prendre le relais d'une histoire intime en favorisant le recyclage élégant,
- Dénicher une foule de choses et d'idées de cadeaux,
- Voir les expositions et participer aux rencontres organisées dans la galerie.
- *Consign objects that you want to reintroduce as part of a virtuous cycle,*
- *Pass or take the baton of a personal story by choosing elegant recycling,*
- *Unearth a ton of things and gift ideas,*
- *See the exhibits, and participate in the encounters organized in the gallery.*

OÙ ? WHERE ?

Omotesando Hills West B2F, 4-12-10 Jingumae, Shibuya-ku, Tokyo, Japan
Tel : +81 3 6447 0707 - www.pass-the-baton.com