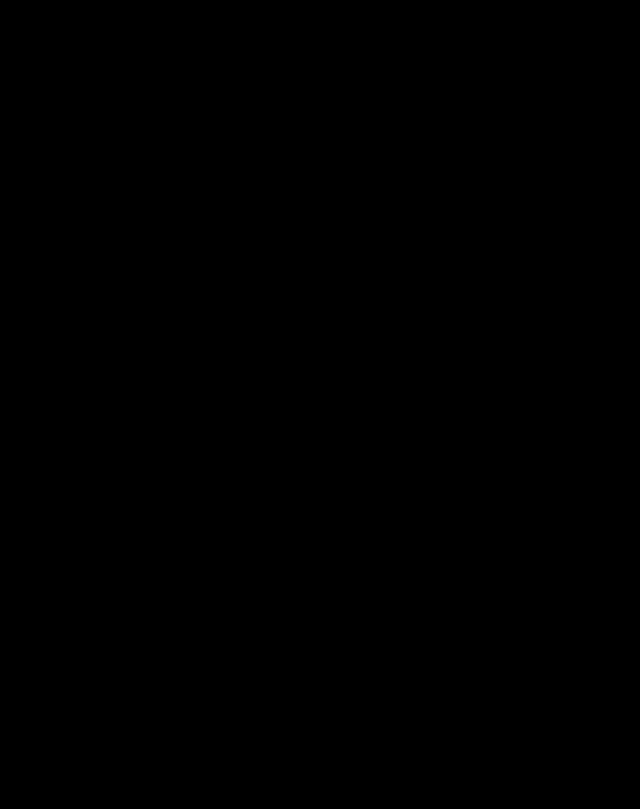


JEWELS

INSTRUCTION MANUAL

Chopard



Chopard

MANUFACTURE

CONTENTS

THE ARTISAN OF EMOTIONS	16
FAMILY SPIRIT	18
CRAFTSMANSHIP & INDEPENDENCE	19
AUDACITY & CREATIVITY	20
EMOTION & GENEROSITY	21
ETHICS	22
CHOPARD DIAMONDS	24
TIPS ON CARING FOR YOUR JEWELLERY	32
AUTHENTICITY	33
CHOPARD AROUND THE WORLD	196

CONTENTS

SOMMAIRE

INHALTSVERZEICHNIS

SOMMARIO

SUMARIO

目录

目次

СОДЕРЖАНИЕ

المحتويات

SOMMAIRE

THE ARTISAN OF EMOTIONS	36
ESPRIT DE FAMILLE	38
ARTISANAT ET INDÉPENDANCE	39
AUDACE ET CRÉATIVITÉ	40
ÉMOTIONS ET GÉNÉROSITÉ	41
ÉTHIQUE	42
LE DIAMANT CHOPARD	44
CONSEILS D'ENTRETIEN	52
AUTHENTICITÉ	53
CHOPARD DANS LE MONDE	196

INHALTSVERZEICHNIS

THE ARTISAN OF EMOTIONS	56
FAMILIENGEIST	58
KUNSTFERTIGKEIT & UNABHÄNGIGKEIT	59
MUT & KREATIVITÄT	60
EMOTIONEN & GROSSZÜGIGKEIT	61
ETHIK	62
DIAMANTEN VON CHOPARD	64
WARTUNGSEMPFEHLUNGEN	72
ECHTHEIT	73
CHOPARD WELTWEIT	196

SOMMARIO

THE ARTISAN OF EMOTIONS	76
SPIRITO DI FAMIGLIA	78
ARTIGIANALITÀ E INDIPENDENZA	79
AUDACIA E CREATIVITÀ	80
EMOZIONE E GENEROSITÀ	81
ETICA	82
I DIAMANTI CHOPARD	84
CONSIGLI PER LA MANUTENZIONE	92
AUTENTICITÀ	93
CHOPARD NEL MONDO	196

SUMARIO

THE ARTISAN OF EMOTIONS	96
ESPÍRITU FAMILIAR	98
ARTESANÍA E INDEPENDENCIA	99
AUDACIA Y CREATIVIDAD	100
EMOCIÓN Y GENEROSIDAD	101
ÉTICA	102
EL DIAMANTE CHOPARD	104
CONSEJOS PARA EL MANTENIMIENTO	112
AUTENTICIDAD	113
CHOPARD EN EL MUNDO	196

目录

锻造情感的工匠	116
家族精神	118
工匠技艺与自主经营	119
无畏的勇气与无限创造力	120
细腻情感与慷慨之心	121
道德伦理	122
萧邦钻石	124
保养建议	132
真品保证	133
萧邦遍及世界	196

目次

感動を呼び起こす職人	136
家族の精神	138
クラフツマンシップ&独立精神	139
大胆さ&創造力	140
感動&寛大性	141
企業理念	142
ショパールのダイヤモンド	144
お手入れのアドバイス	152
真正性	153
世界のショパール	196

СОДЕРЖАНИЕ

МАСТЕР ЭМОЦИЙ	156
СЕМЕЙНЫЙ ДУХ	158
МАСТЕРСТВО И НЕЗАВИСИМОСТЬ	159
ТВОРЧЕСКАЯ СМЕЛОСТЬ	160
ЭМОЦИИ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ	161
ЭТИКА	162
БРИЛЛИАНТЫ SHOPARD	164
РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УХОДУ	172
ПОДЛИННОСТЬ	173
SHOPARD В МИРЕ	196

المحتويات

193	صانع المشاعر
191	روح العائلة
190	الحرفية والاستقلالية
189	الجرأة والابداع
188	العاطفة والسخاء
187	الأخلاقيات
185	ماس شوبارد
177	إرشادات الصيانة
176	الأصالة
196	شوبارد عبر العالم



ENGLISH

THE ARTISAN OF EMOTIONS

Since 1860

Since its founding in 1860, Chopard has perpetuated a heritage of artisanal skills and traditional crafts by shaping contemporary creations synonymous with ethics and emotions. Guided by a resolutely positive vision of life, the Maison celebrates the precious moments of accomplished men and women around the world for whom watches and jewellery are a perpetual extension of their own *Joie de Vivre*.

In line with its vision, Chopard acts through the prism of three central elements: Craftsmanship, ensured by the work of passionate Artisans who are experts in their respective fields; abundant and generous Creativity, that enables each and every individual to find the precious objects most attuned to their own nature; and finally, Ethics. Strongly involved in the strategic choices of the Maison, the Scheufele family believes that grand contemporary luxury must necessarily be ethical and responsible. It was for this reason that in 2013 Caroline and Karl-Friedrich Scheufele, co-presidents, launched the

Journey to Sustainable Luxury, leading in 2018 to an announcement of the Maison to commit to use 100% ethical gold in producing all its watches and jewellery.

Today, the family Maison is independent and highly vertically integrated, controlling the entire process from design to distribution. Over 50 different crafts are practised in three manufacturing sites with a strong emphasis on in-house training and transmission. Chopard's expertise in Fine Watchmaking is acknowledged in the L.U.C collection, a line of exceptional timepieces crafted for contemporary gentlemen. The company is highly recognized for Haute Joaillerie creations such as its Red Carpet Collection, Green Carpet Collection and the exceptional Garden of Kalahari Collection. Chopard has also built its reputation on iconic watch and jewellery collections, including Mille Miglia, Happy Diamonds, Happy Sport and Ice Cube.

Nurtured by the emotions of the Scheufele family members who have led, and continue to lead Chopard, the Maison has been a faithful partner to the Cannes Film Festival since 1998 as well as the 1000 Miglia car race in Italy since 1988.

FAMILY SPIRIT

Family is the very heart of Chopard, representing its foundation, history and contemporary embodiment: it is the hero and herald of the Maison – yesterday, today and tomorrow. The Scheufele family, succeeding the Chopard family, represents the founding myth and unifying symbol of the Maison. Its members express the strength of kinship, solidarity and the ability to develop the firm in an enduring, consistent and fruitful manner. The family spirit stands for a sense of tradition, by exemplifying the permanence of the company origins, throughout its history and in the present; across several generations. This same spirit epitomises the human dimension governing both internal and external relations.

CRAFTSMANSHIP & INDEPENDENCE

The Maison's independence has guided its development strategy since its founding, an approach made possible by a family shareholding structure. This is expressed through the watch industry's highest level of vertical integration. Everything sold by Chopard is made in one of its three production sites, a unique phenomenon within the profession. This policy goes hand in hand with a culture of craftsmanship.

Today, more than 50 skills are mastered within the workshops of the Maison, including some of the rarest and the most complex. They enable a freer and more innovative creative expression, combined with a constant quest for excellence, thereby guaranteeing the highest standard of quality.

AUDACITY & CREATIVITY

Audacity and creativity are the source of Chopard's innovation and originality. They meet and merge when work and inspiration combine as a driving force, underpinning the perseverance and determination shown in the vibrant day-to-day life of the Maison, its winning and adventurous attitude and culture of courage.

These values determine the entrepreneurial dimension along with determination to move ahead to take fresh challenges, including industrial ventures such as the creation of Chopard Manufacture, they suffuse the artistic dimension, which embraces heritage while constantly looking to the future, guided by the tastes, passions and talents of the Scheufele Family.

Through a dynamic approach to cutting-edge Research & Development, which serves to explore and develop processes and materials that are unprecedented on the market, Chopard's creative audacity drives a new technical dimension.

EMOTION & GENEROSITY

Impelled by a boundless passion for beauty and life, Chopard conveys a unique emotional dimension through the spirit of the Maison itself as well as in its precious objects. This applies as much to the wearer as the giver. Pleasure and Joie de Vivre are an inherent part of the Maison and ensure that Chopard creations consistently radiate positive energy, thus accompanying customers in the finest moments of their lives.

This recognition of intrinsic personal value as well as that of others is symbolised by the heart, that iconic Chopard motif enlivening the Happy Hearts collection and representing the Maison's extremely active philanthropic policy.

Benevolence, altruism, positivity and generosity undeniably contribute to Chopard's spirit of openness to the world and to broadening its sphere of influence. Against this background, the Maison has a daily commitment to generating even more emotions.

ETHICS

For Chopard, genuine luxury is synonymous with ethics as well as with environmental and social responsibility at all levels of its activity and with regard to its employees, its suppliers, its customers and indeed the planet itself.

The Maison adopts an ethical approach to its activities that involves controlling the origin of its raw materials as well as its production methods – all of which is achievable because of its complete independence and vertical integration. As part of its Corporate Social Responsibility (CSR) policy and its ‘journey to sustainable luxury’, Chopard has entered into several responsible mining partnerships and has committed to using ethical gold only. The Maison has been certified by the Responsible Jewellery Council (RJC) for several years and incorporates sustainable practices into both its entities and supply chains.

As a pioneering leader in this field, Chopard testifies to its strong involvement in contemporary matters and its keen awareness of social and environmental issues.

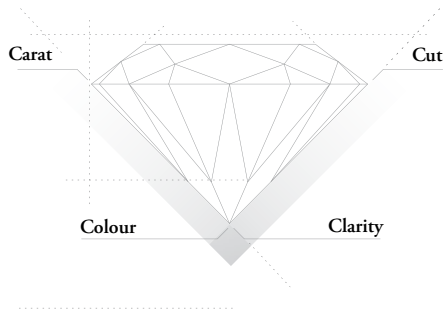
The Maison works to raise customer awareness and makes a strong commitment to ensuring that the jewellery and watch industry improves its impact and transparency in its supply chains.

CHOPARD DIAMONDS

Behind the radiance of diamonds lies an indefinable mystery. That of eternal perfection forged by nature and set according to the Chopard criteria of excellence. The most brilliant of the precious stones is inalterable and also the hardest of them all. Both in selecting and fashioning diamonds, Chopard rises to the challenges implied by their exceptional nature.

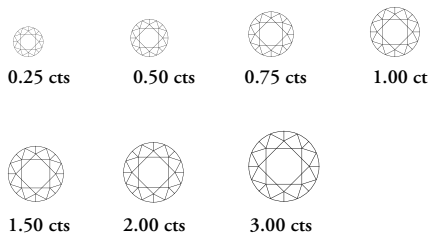
The “4 Cs”

Chopard prides itself in working exclusively with the finest rigorously selected diamonds. The quality of the stones is defined by a combination of four criteria in accordance with the international “4 Cs” terms of reference: Carat, Colour, Clarity and Cut. The distinctive approach of the Geneva-based manufacturer, along with its innate elegance and unique expertise, naturally imply a fifth C – standing for Chopard.



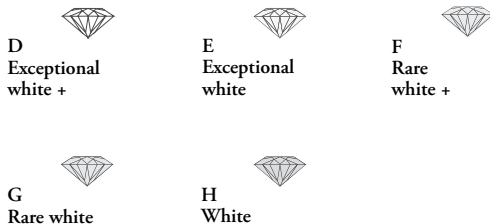
Carat

The weight of a precious stone is measured in carats, which are equivalent to 0.20 grams. In ancient times, carob seeds were used to weigh diamonds and the etymology of the modern carat stems from this name and this practice. For 0.30 carats and over, Chopard offers a wide variety of carat weights for its solitaire diamonds. While the price of a diamond increases according to its carat weight, it is the combination with the other Cs that endows it with its full beauty and value.



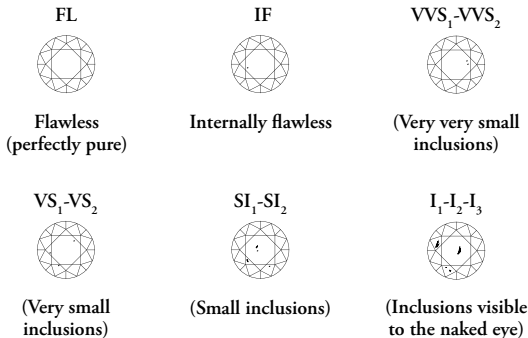
Colour

The quality of a diamond is also determined by its whiteness. The rarest stones are absolutely colourless and transparent. The chromatic shades of white diamonds are referenced according to an international scale widely used in the profession and ranging from the letter D designating exceptional white to Z for a tinted colour. Chopard selects its diamonds from the finest colours.



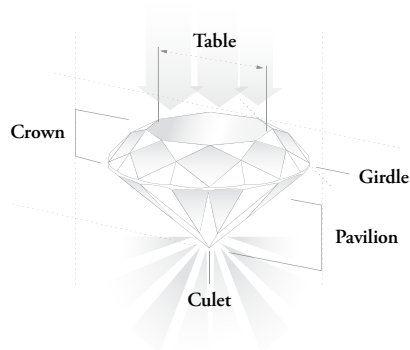
Clarity

Formed over periods estimated in millions of years and subjected to extreme temperatures and pressures, diamonds are the work of nature. It is during this crystallisation process that inclusions are formed in the stone. The clarity of a diamond refers to the number, the size and the nature of these elements. Appraised by a professional under a 10x loupe, stones are classified into 11 official categories, among which Chopard focuses on those offering exceptional purity.



Cut

A diamond reveals its full radiance through the way it plays with the light, its manner of capturing and reflecting it. Cutting it optimises its brilliance, its fire and its scintillation. Of the "4 Cs", cut is one of the main quality parameters and the only one influenced by the human hand. It calls for the experience of a highly qualified artisan who reveals the beauty of the diamond by faceting it to the ideal proportions.



Diamond shapes

To magnify their beauty, diamonds have been presented in many different shapes and cuts throughout history. Since 1919, the brilliant-cut comprising 58 facets has been the most widespread traditional round shape. There are however a number of other “fancy cuts” that are featured in Chopard collections: brilliant, princess, emerald, radiant, heart, Asscher, oval, marquise, pear, cushion, square and Ashoka. Their names sometimes reflect the geometrical shape of the diamond, although without revealing all their mysteries and hinting at a sparkling imaginary world.



Brilliant



Princess



Emerald



Radiant



Heart



Asscher



Oval



Marquise



Pear



Cushion



Square



Ashoka

Diamond fluorescence

Some diamonds may emit a soft coloured glow when they are exposed to ultraviolet (UV) rays. This reaction is known as fluorescence and is only visible during the exposure to this energy source. Fluorescence varies in intensity and may be graduated on a scale defined as: none, faint, medium, strong and very strong.

This information is mentioned on the certificates of our diamonds. As a general rule, Chopard works only with diamonds featuring a degree of fluorescence classified as “none” and “faint”. Each stone is individually selected so as to present only the most beautiful and highest-quality gems.

Happy Diamonds

Happy Diamonds mobiles are subject to the laws of gravity and normal wear and tear. It may therefore occur that Happy Diamonds mobiles move in a different way throughout the life of your Chopard product. Happy Diamonds mobiles that fall, cease to spin continuously or move differently in any way from the time of purchase are not considered to be a manufacturing defect.

TIPS ON CARING FOR YOUR JEWELLERY

For the maintenance of your jewellery models, we invite you to entrust them regularly to an authorised Chopard service centre when you note that they have lost their lustre or that their surface appears to have deteriorated.

More specifically with regard to jewellery models with moving elements (such as diamonds, gold letters, etc.) fitted between two sapphire crystals, we advise avoiding any contact with alcohol-based products (fragrances, creams, etc.), immersion in fresh water or salt water, since these products are not guaranteed water-resistant.

As far as pearls are concerned, we recommend cleaning them with a soft cloth, as well as regularly restringing them. We advise you to avoid the use of soap or detergents as well as any contact with cosmetic products, perfumes and hairspray.

Pearls do not react well to ultrasound machines nor to exposure to the sun or to a source of heat, which might cause the mother-of-pearl to dry out and crack. To preserve your pearls in the best possible condition, store them separately from other jewellery.

AUTHENTICITY

To guarantee the authenticity of each model, whatever the collection, an individual series number is engraved on each of them and recorded in our company archives.



FRANÇAIS

THE ARTISAN OF EMOTIONS

Since 1860

Depuis sa création en 1860, Chopard perpétue un héritage riche de traditions et de savoir-faire artisanal, façonnant des créations au charme contemporain synonymes d'éthique et d'émotions. Portée par une vision résolument positive du monde, la Maison célèbre les moments précieux de femmes et d'hommes épanouis pour lesquels montres et bijoux sont un reflet de leur propre Joie de Vivre.

En harmonie avec cette vision qui forge son identité, Chopard agit à travers le prisme de trois éléments fondamentaux : la Bienfaisance, assurée par le travail d'artisans passionnés et experts dans leurs disciplines ; la Créativité, abondante et généreuse, qui permet à tout un chacun de trouver les objets précieux qui lui correspondent le plus ; et enfin l'Éthique. En effet, la famille Scheufele, qui dirige la Maison de génération en génération, est intimement convaincue que le luxe contemporain ne peut être que responsable et éthique. En 2013, ces convictions ont d'ailleurs poussé les co-présidents de la Maison,

Caroline et Karl-Friedrich Scheufele, à s'engager dans un Voyage vers un Luxe Durable. En 2018, Chopard fait d'ailleurs l'annonce d'un aboutissement majeur dans le cadre de ce programme : l'utilisation de 100% d'or éthique pour la production de l'ensemble de ses montres et bijoux. Aujourd'hui la Maison, familiale et indépendante, cultive une forte intégration verticale des métiers et contrôle l'ensemble de sa chaîne de valeur, de la conception jusqu'à la distribution. Plus de 50 métiers sont maîtrisés sur les trois sites de production de Chopard, au sein desquels une attention particulière est portée à la formation interne et à la transmission des savoir-faire. La collection L.U.C, ligne de garde-temps d'exception pour les gentlemen contemporains, souligne l'expertise de Chopard dans le domaine de la Haute Horlogerie. La Maison est également célèbre pour ses incomparables créations de Haute Joaillerie, notamment présentées au sein des collections Red Carpet, Green Carpet ou encore de l'exceptionnelle Garden of Kalahari. Chopard doit aussi sa réputation à des collections emblématiques de montres et de bijoux telles que Mille Miglia, Happy Diamonds, Happy Sport et Ice Cube.

Nourrie par les émotions de chaque membre de la famille Scheufele, la Maison vit au rythme de ses partenariats prestigieux : fidèle partenaire officiel du Festival de Cannes depuis 1998, elle est aussi le chronométrier officiel de la légendaire course italienne d'automobile classique 1000 Miglia depuis 1988.

ESPRIT DE FAMILLE

La famille est au cœur même de l'histoire de Chopard. Elle représente sa fondation, son histoire, son incarnation contemporaine : aujourd'hui comme hier, elle est la force et le visage de la Maison – et elle le restera demain. Succédant à la famille Chopard, la famille Scheufele personifie le mythe fondateur et le symbole d'unité de la Maison. Ses membres expriment la force du lien de parenté, la solidarité et la capacité à faire grandir l'entreprise de manière durable, solide et fructueuse. En illustrant la pérennité des origines de l'entreprise à travers son histoire et jusqu'à nos jours, cet esprit de famille a perduré sur plusieurs générations, indissociable du sens de la tradition. Ce même esprit symbolise la dimension humaine qui régit nos relations, internes comme externes.

ARTISANAT ET INDÉPENDANCE

Depuis sa fondation, la Maison observe une stratégie de développement guidée par son indépendance, une approche rendue possible par le modèle de l'actionariat familial. Cette indépendance s'exprime à travers le niveau d'intégration verticale le plus élevé de l'industrie horlogère. Toutes les pièces vendues par Chopard sont réalisées dans l'un de ses trois sites de production, un phénomène unique dans la profession. Cette politique va de pair avec notre culture de l'artisanat.

Aujourd'hui, les ateliers de la Maison maîtrisent plus de 50 compétences, dont certaines parmi les plus rares et les plus complexes. Elles permettent une expression créative plus libre et plus innovante, associée à une quête perpétuelle d'excellence pour garantir le plus haut degré de qualité.

AUDACE ET CRÉATIVITÉ

L'audace et la créativité sont à l'origine de l'innovation et de la singularité de Chopard. Elles se rencontrent et fusionnent lorsque l'ouvrage et l'inspiration constituent les forces motrices de la création. Elles sous-tendent la persévérance et la détermination qui s'illustrent dans la vie quotidienne trépidante de la Maison, son esprit gagnant et d'aventure, et sa culture du courage.

Ces valeurs déterminent aussi bien notre dimension d'entreprise que notre volonté d'anticiper et de relever les nouveaux défis, y compris les paris industriels comme la création de la Manufacture Chopard. Elles infusent la dimension artistique de la Maison, qui préserve son héritage en restant tournée vers l'avenir, guidée par les goûts, les passions et les talents de la famille Scheufele.

Grâce à une approche dynamique et avant-gardiste de l'entité Recherche et Développement, au service de l'exploration et de l'élaboration de matières sans précédent sur le marché, l'audace créative de Chopard ouvre une nouvelle dimension technique.

ÉMOTION ET GÉNÉROSITÉ

Portée par une passion sans limites pour la beauté et la vie, Chopard insuffle une dimension émotionnelle unique à l'esprit de la Maison et aux objets précieux qu'elle imagine. Cette émotion est ressentie aussi bien par celui qui la reçoit que par celui qui la donne.

Le plaisir et la Joie de Vivre font partie intégrante de la Maison et garantissent que les créations Chopard rayonnent invariablement de la même énergie positive, accompagnant ainsi nos clients dans les plus beaux moments de leur vie.

La reconnaissance de la valeur intrinsèque de nous-même et de celle des autres est symbolisée par le cœur, le motif iconique de Chopard qui égaye la collection Happy Hearts et représente la politique philanthropique engagée de la Maison.

La bienveillance, l'altruisme, la positivité et la générosité contribuent indéniablement à l'esprit Chopard d'ouverture sur le monde et à sa recherche d'une sphère d'influence toujours plus vaste. Dans cette perspective, la Maison s'implique au quotidien pour susciter toujours plus d'émotions.

ÉTHIQUE

Pour Chopard, le luxe authentique est synonyme d'éthique et de responsabilité environnementale et sociale, à tous les niveaux de son activité et envers tous ses collaborateurs, fournisseurs, clients et, bien sûr, envers la planète elle-même.

La Maison adopte une approche éthique dans ses activités, qui implique le contrôle de l'origine de ses matières premières et méthodes de production. Cette stratégie est rendue possible par l'indépendance totale et l'intégration verticale de Chopard.

Dans le cadre de sa politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et de son « Voyage vers un luxe durable », la Maison s'implique dans plusieurs partenariats pour l'extraction minière responsable, et pour l'utilisation d'or éthique uniquement. La Maison est certifiée par le Responsible Jewellery Council (RJC) depuis plusieurs années, en intégrant des pratiques de durabilité dans ses entités ainsi que dans ses chaînes d'approvisionnement.

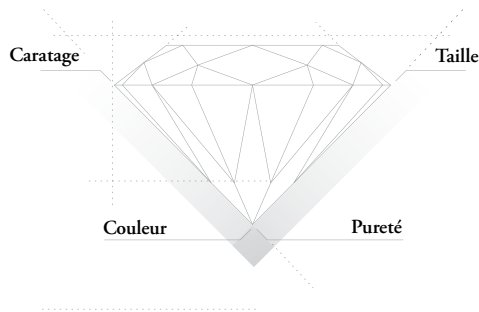
Pionnière dans ce domaine, Chopard témoigne de sa forte implication dans les problématiques actuelles et de sa conscience profonde des défis sociaux et environnementaux. La Maison s'applique à sensibiliser le client et s'engage fortement pour que l'industrie joaillière et horlogère améliore son impact et la transparence dans ses chaînes d'approvisionnement.

LE DIAMANT CHOPARD

Derrière l'éclat du diamant, un mystère; celui d'une perfection de toute éternité, façonnée par la nature et sertie selon les critères d'excellence de Chopard. Inaltérable, la plus brillante des pierres précieuses est aussi la plus dure de toutes. Par le choix des diamants comme dans leur travail, Chopard relève le défi de ce caractère d'exception.

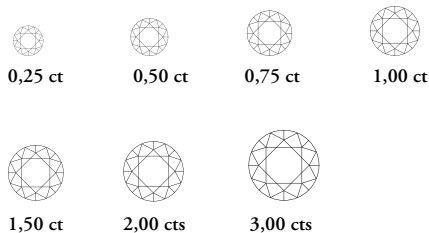
Les «4C»

Chopard met un point d'honneur à travailler exclusivement avec les plus beaux diamants, sujets à une sélection rigoureuse. La qualité des pierres est définie par la conjonction de quatre critères, selon la référence internationale des «4C»: Carat (le caratage), Colour (la couleur), Clarity (la pureté) et Cut (la taille). L'approche singulière de la manufacture genevoise, son élégance et son savoir-faire unique appelaient un cinquième «C», celui de Chopard.



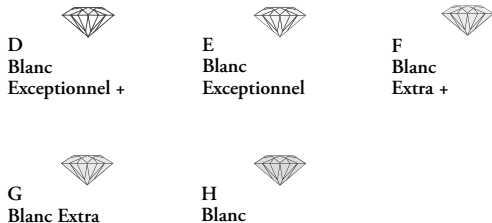
Le caratage

Le poids d'une pierre précieuse est mesuré en carat, qui équivaut à 0,20 gramme. Dans l'Antiquité, les graines de caroubiers servaient à peser les diamants et c'est à ce nom et cette pratique que le carat actuel doit son étymologie. À partir de 0,30 carat, Chopard offre une grande variété de caratages dans ses solitaires. Si le prix d'un diamant augmente en fonction de son caratage, c'est la combinaison avec les autres C qui lui confère toute sa beauté et sa valeur.



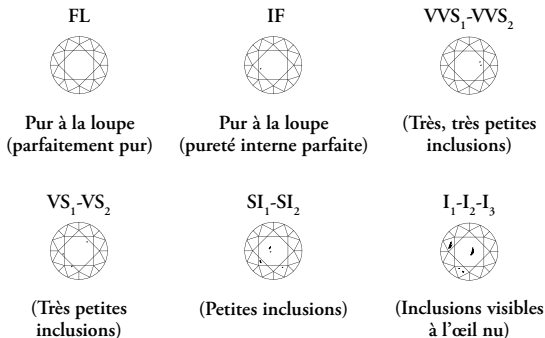
La couleur

La qualité du diamant est également déterminée par sa blancheur. Les pierres les plus rares sont absolument incolores et transparentes. Les nuances chromatiques des diamants blancs sont référencées selon une échelle de valeur internationale utilisée par la profession, allant de la lettre D pour caractériser un blanc exceptionnel à Z pour une couleur teintée. Chopard sélectionne ses diamants parmi les meilleures couleurs.



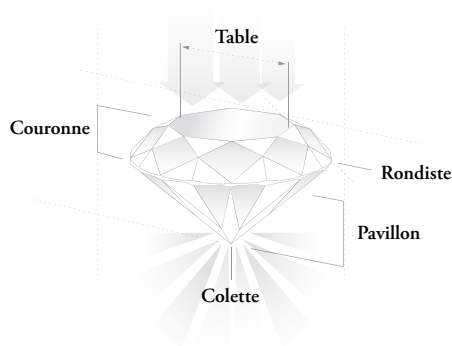
La pureté

Formés il y a des millions d'années, soumis à des conditions de température et de pression extrêmes, les diamants sont l'œuvre de la nature. C'est lors de ce processus de cristallisation que des inclusions se forment dans la pierre. La pureté d'un diamant se réfère au nombre, à la taille et à la nature de ces éléments. Évaluées à la loupe grossissant 10 fois par un professionnel, les pierres sont classées en 11 catégories officielles, parmi lesquelles Chopard retient celles d'une pureté exceptionnelle.



La taille

C'est dans son jeu avec la lumière, par sa façon de la capturer et de la réfléchir qu'un diamant révèle son éclat. En le taillant, on optimise ainsi sa brillance, son feu et sa scintillation. Parmi les « 4C », la taille est l'un des principaux paramètres de qualité, et le seul qui soit influencé par la main de l'homme. Elle requiert l'expérience d'un artisan hautement qualifié qui saura, en le facettant aux proportions idéales, dévoiler toute la beauté du diamant.



Les formes de diamants

Pour être magnifié, le diamant a connu de nombreuses formes de taille au cours de l'histoire. Depuis 1919, la taille brillant, qui compte 58 facettes, est la forme ronde traditionnelle la plus répandue. Mais il existe de nombreuses autres tailles, dites « fancy-cuts », et disponibles dans les collections de Chopard : brillant, princesse, émeraude, radiant, cœur, Asscher, ovale, marquise, poire, coussin, carré et Ashoka. Des noms qui laissent parfois deviner la forme géométrique du diamant sans en épuiser le mystère, ouvrant à un imaginaire scintillant.



Brillant



Princesse



Émeraude



Radiant



Cœur



Asscher



Ovale



Marquise



Poire



Coussin



Carré



Ashoka

La fluorescence des diamants

Certains diamants quand ils sont exposés à des rayons ultraviolets (UV) peuvent émettre une illumination colorée. Cette réaction est appelée fluorescence et n'est visible que pendant l'exposition à cette source d'énergie. La fluorescence varie en intensité et peut être graduée sur une échelle qui se définit comme tel : none (aucune), faint (légère), medium (médium), strong (forte) et very strong (très forte). Cette information est mentionnée sur les certificats de nos diamants. En règle générale, Chopard ne travaille qu'avec des diamants qui possèdent une fluorescence entre « none » et « faint ». Chaque pierre est sélectionnée individuellement de manière à ne présenter que les plus belles et les plus qualitatives.

Happy Diamonds

Les diamants mobiles Happy Diamonds sont conçus pour tourner aléatoirement et en toute liberté au sein de chaque produit Chopard. Ces diamants sont soumis aux lois de la gravité et aux conséquences d'une usure normale du produit. Les diamants mobiles Happy Diamonds sont ainsi susceptibles de se déplacer de différentes manières

tout au long de la vie de votre produit Chopard. Les diamants mobiles Happy Diamonds qui chutent, cessent de tourner continuellement ou ne se déplacent plus de la même manière qu'au moment de l'achat ne peuvent être considérés comme un défaut de fabrication.

CONSEILS D'ENTRETIEN

Pour l'entretien de vos bijoux, nous vous conseillons de les confier régulièrement à un centre de service officiel Chopard lorsque vous vous apercevrez qu'ils perdent de leur éclat ou que leur surface est altérée.

Concernant plus particulièrement les pièces de joaillerie comportant des éléments mobiles (ex. diamants, caractères en or, etc.) entre deux glaces, nous recommandons d'éviter tout contact avec des produits à base d'alcool (parfums, crèmes, etc.), l'immersion dans de l'eau douce ou de la mer, car ces produits ne sont pas garantis étanches.

À propos des perles, nous préconisons de les nettoyer avec un chiffon doux. Leur renfilage régulier est aussi recommandé. Nous déconseillons d'utiliser du savon ou du détergent et d'éviter tout contact avec les produits cosmétiques, les parfums ou la laque pour les cheveux. Les perles ne supportent pas les machines à ultrasons, ainsi qu'une exposition au soleil ou à une source de chaleur, car cela peut provoquer un dessèchement et craquement de la nacre. Pour préserver au mieux vos perles, il faut les conserver séparément des autres bijoux.

AUTHENTICITÉ

Pour garantir l'authenticité de chaque pièce, quelle que soit la collection, un numéro individuel de série est gravé sur chacune d'elle et enregistré dans nos archives.



DEUTSCH

THE ARTISAN OF EMOTIONS

Since 1860

Seit der Gründung im Jahr 1860 ist bei Chopard ein Schatz an handwerklichen Künsten und traditionellen Gewerken gewachsen. Aus diesem Erbe heraus entstanden stets zeitgemäße Kreationen, die Ausdruck von Emotion und Verantwortung sind. Auch eine positive Lebenseinstellung leitet das Maison. So zelebriert Chopard kostbare Momente für Männer und Frauen auf der ganzen Welt, die in Schmuck und Uhren einen Ausdruck ihrer eigenen Lebensfreude sehen.

Drei zentrale Prinzipien bestimmen heute das Handeln von Chopard: Handwerkskunst, die sich im unermüdlchen Können ihrer Meister äußert, jeder auf seinem Gebiet ein wahrer Experte; eine grenzenlose Kreativität, dank der jeder Kunde die Kostbarkeiten findet, die seinem Wesen am meisten entsprechen; und schließlich eine tief verwurzelte Ethik. Die Familie Scheufele lenkt die strategischen Entscheidungen des Hauses und ist fest davon überzeugt, dass wahrer Luxus heutzutage sowohl ethisch als auch verantwortungsvoll sein muss. Aus

diesem Grund haben Caroline und Karl-Friedrich Scheufele, die Co-Präsidenten von Chopard, 2013 die Journey to Sustainable Luxury begonnen. 2018 folgte schließlich die Verpflichtung, bei der Herstellung von Schmuck und Uhren zu 100 Prozent ethisches Gold zu verwenden.

Heute arbeitet das Familienunternehmen völlig unabhängig und mit einem hohen vertikalen Integrationsgrad. Das heißt, dass es den gesamten Prozess vom Design bis zum Vertrieb selbst steuert. In drei Produktionsstätten werden mehr als 50 verschiedene Handwerke ausgeübt, begleitet von intensiven internen Schulungen und der Weitergabe von Wissen. Die Expertise des Hauses im Bereich Haute Horlogerie zeigt sich in der L.U.C Kollektion, die außergewöhnliche Zeitmesser für Männer umfasst. Zudem ist Chopard bekannt für Kreationen der Haute Joaillerie. Dazu zählen die Red Carpet Collection, die Green Carpet Collection und die außergewöhnliche Garden of Kalahari Collection. Das Ansehen von Chopard geht auch auf legendäre Uhren- und Schmuckkollektionen zurück, wie zum Beispiel Mille Miglia, Happy Diamonds, Happy Sport und Ice Cube.

Chopard ist seit 1998 Partner der Filmfestspiele von Cannes und seit 1988 der legendären Oldtimerrallye Mille Miglia in Italien – Ausdruck der persönlichen Passionen der Familie Scheufele, die Chopard jetzt und in Zukunft lenkt.

FAMILIENGEIST

Die Familie ist das Herz von Chopard und spiegelt dessen Gründung, Geschichte und gegenwärtige Form wider: sie bildet das „Rückgrat“ des Hauses – gestern, heute und morgen. So symbolisiert die Familie Scheufele als Nachfolger der Familie Chopard den Gründungsmythos und die Ganzheit des Hauses. Deren Mitglieder verkörpern die Stärke von Verbundenheit und Zusammenhalt sowie die Fähigkeit, das Unternehmen dauerhaft, beständig und erfolgreich weiterzuentwickeln. Der Familiengeist steht für Traditionsbewusstsein und zeigt, wie sehr das Unternehmen im Laufe seiner Geschichte und in der Gegenwart seinen Ursprüngen treu geblieben ist, über mehrere Generationen hinweg. Dieser Geist prägt auch die menschliche Dimension, die kennzeichnend für die internen und externen Beziehungen ist.

KUNSTFERTIGKEIT & UNABHÄNGIGKEIT

Die Unabhängigkeit des Hauses hat seit dessen Gründung seine Entwicklungsstrategie bestimmt, ermöglicht durch die familiengeführte Eigentümerstruktur. So weist das Unternehmen innerhalb der Uhrenindustrie den höchsten Grad vertikaler Integration auf. Alle von Chopard verkauften Stücke wurden an einem seiner drei Produktionsstandorte gefertigt, was in der Branche einzigartig ist. Diese Strategie geht Hand in Hand mit einer kunsthandwerklichen Kultur.

Heute kommen in den Werkstätten des Hauses über 50 Fertigkeiten zum Einsatz, darunter einige der seltensten und kompliziertesten. Diese ermöglichen freiere und innovativere kreative Ausdrucksformen in Verbindung mit konstantem Streben nach Exzellenz, wodurch höchste Qualitätsstandards gewährleistet sind.

MUT & KREATIVITÄT

Mut und Kreativität sind die Quelle der Innovationskraft und Originalität von Chopard. Sie verschmelzen miteinander, wenn sich Handwerk und Inspiration zum Impulsgeber vereinen, und bilden die Grundlage für die Beständigkeit und Entschlossenheit, die im lebhaften Alltag des Hauses mit seiner erfolgsorientierten und experimentierfreudigen Einstellung und seiner Mutkultur zum Ausdruck kommen.

Diese Werte bestimmen die unternehmerische Komponente, zusammen mit dem entschiedenen Willen, voranzuschreiten und neue Herausforderungen anzunehmen, wozu auch Industrieprojekte wie die Einrichtung der Chopard-Manufaktur gehören. Und sie durchziehen die künstlerische Komponente, die das Erbe bewahrt und zugleich stetig in die Zukunft blickt, geleitet von den Vorlieben, Leidenschaften und Talenten der Familie Scheufele.

Durch ein dynamisches Konzept wegweisender Forschung und Entwicklung, um Produktionsverfahren und Werkstoffe zu ergründen und herauszubilden, die es so vorher nicht am Markt gegeben hat, erhält die kreative Kühnheit von Chopard eine neue technische Dimension.

EMOTIONEN & GROSSZÜGIGKEIT

In seiner grenzenlosen Leidenschaft für die Schönheit und das Leben vermittelt Chopard eine einzigartige emotionale Dimension, sowohl durch den Unternehmensgeist als auch in seinen kostbaren Stücken. Dies gilt für die Person, die das Stück trägt, ebenso wie für die Person, die es verschenkt hat.

Freude und Joie de Vivre sind fest im Hause verankert und sorgen dafür, dass Chopard-Kreationen stets positive Energie ausstrahlen und so die Kunden in den schönsten Momenten ihres Lebens begleiten.

Symbol für diese Anerkennung sowohl des eigenen inneren Werts als auch des Werts der Anderen ist das Herz, ein Markenzeichen von Chopard, das im Zentrum der „Happy Hearts“-Kollektion steht und das äußerst aktive philanthropische Engagement des Hauses versinnbildlicht. Wohltätigkeit, Altruismus, positive Einstellung und Großzügigkeit tragen unbestreitbar zum weltoffenen Geist und der wachsenden Ausstrahlung des Unternehmens bei. Vor diesem Hintergrund setzt sich Chopard tagtäglich zum Ziel, noch mehr Emotionen zu wecken.

ETHIK

Für Chopard ist wahrer Luxus gleichbedeutend mit Ethik sowie mit ökologischer und sozialer Verantwortung, und zwar auf allen Ebenen seiner Tätigkeit und hinsichtlich seiner Beschäftigten, Zulieferer, Kunden und der ganzen Erde.

Das Unternehmen verfolgt bei seinen Aktivitäten einen ethischen Ansatz, wozu auch eine Kontrolle über die Herkunft der verwendeten Rohstoffe sowie die Fertigungsmethoden gehört – ermöglicht wird dies nur durch seine völlige Unabhängigkeit und vertikale Integration. Im Rahmen seiner Politik der sozialen Unternehmensverantwortung (CSR) und seines Projekts „Journey to Sustainable Luxury“ (Der Weg zu nachhaltigem Luxus) engagiert sich das Unternehmen in mehreren Partnerschaften für die verantwortungsvolle Goldförderung und die ausschließliche Verwendung von ethischem Gold. Das Unternehmen ist seit mehreren Jahren durch das „Responsible Jewellery Council“ (RJC) zertifiziert und wendet in seinen Geschäftseinheiten und Lieferketten Nachhaltigkeitspraktiken an.

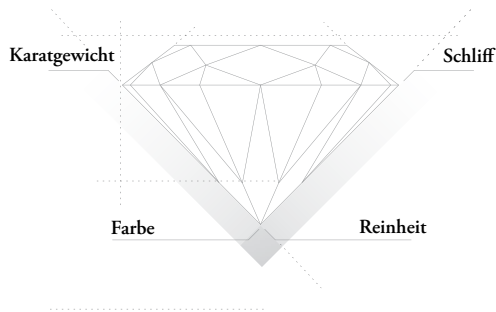
Chopard nimmt auf diesem Gebiet eine Vorreiterrolle ein und bezeugt dadurch sein starkes Engagement bei aktuellen Problemen und sein tiefes Bewusstsein für soziale und ökologische Belange. Das Haus bemüht sich, das Bewusstsein der Kunden zu schärfen und engagiert sich stark dafür, dass die Schmuck- und Uhrenindustrie ihre Auswirkungen sowie die Transparenz in ihren Lieferketten verbessert.

DIAMANTEN VON CHOPARD

Hinter dem Glitzern eines Diamanten verbirgt sich ein Geheimnis. Es ist das Geheimnis der ewigen Vollkommenheit, die von der Natur geformt und vom Menschen gemäss den anspruchsvollen Kriterien von Chopard geschliffen wird. Der unvergängliche und glänzendste aller Edelsteine ist gleichzeitig auch der härteste. Chopard stellt sich der durch diese aussergewöhnlichen Eigenschaften geprägten Herausforderung sowohl bei der Auswahl als auch bei der Bearbeitung der Diamanten.

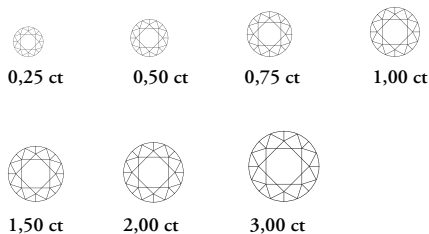
„4C“

Für Chopard ist es Ehrensache, ausschliesslich mit den schönsten, nach strengen Kriterien ausgewählten Diamanten zu arbeiten. Die Qualität dieser Edelsteine wird anhand von vier Merkmalen gemäss der internationalen Referenz „4C“ festgelegt: Carat (Karatgewicht), Colour (Farbe), Clarity (Reinheit) und Cut (Schliff). Durch den besonderen Ansatz der Genfer Manufaktur, ihre Eleganz und ihr einzigartiges Fachwissen drängte sich ein fünftes, für Chopard stehendes „C“ geradezu auf.



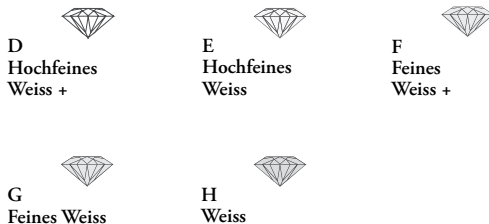
Karatgewicht

Das Gewicht von Edelsteinen wird in Karat gemessen. Ein Karat entspricht 0,20 Gramm. Der Ursprung des Begriffs geht auf die Antike zurück, als die Samen des Johannisbrotbaums zum Abwägen von Diamanten verwendet wurden. Ab 0,30 Karat bietet Chopard eine grosse Vielfalt an Karatgrössen für Solitäre an. Der Preis eines Diamanten steigt zwar mit zunehmendem Gewicht, doch seine Schönheit und seinen Wert erhält er erst zusammen mit den anderen drei „C“.



Farbe

Die Qualität eines Diamanten wird auch durch seine Farbe bestimmt. Die seltensten Steine sind absolut farblos und transparent. Die Farbnuancen der weissen Diamanten werden gemäss einer in Fachkreisen verwendeten internationalen Bewertungsskala eingeteilt. Diese reicht von D für hochfeines Weiss bis Z für eine getönte Farbe. Die Marke Chopard wählt ihre Diamanten nur unter den besten Farbkategorien aus.



Reinheit

Die vor Jahrtausenden unter extremen Temperatur- und Druckverhältnissen entstandenen Diamanten sind ein Werk der Natur. Bei der Kristallbildung entstehen sogenannte Einschlüsse im Stein. Die Reinheit eines Diamanten hängt von der Anzahl, Grösse und Art der Einschlüsse ab. Sie werden von einem Fachmann mithilfe einer Lupe mit zehnfacher Vergrößerung begutachtet und in elf offizielle Kategorien eingeteilt, von denen Chopard nur diejenigen mit höchster Reinheit berücksichtigt.

FL



Flawless
(vollkommen
lupenrein)

IF



Internally Flawless
(lupenrein)

VVS₁-VVS₂

Very, Very Slightly
Included (sehr sehr
kleine Einschlüsse)

VS₁-VS₂

Very Slightly Included
(sehr kleine
Einschlüsse)

SI₁-SI₂

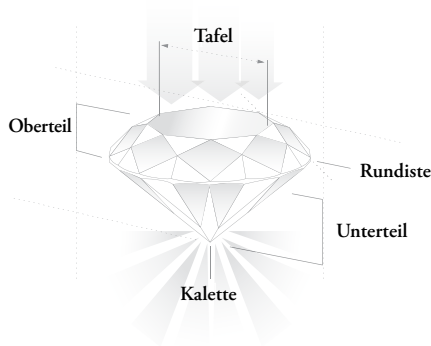
Slightly Included
(kleine Einschlüsse)

I₁-I₂-I₃

Included (mit blossen
Auge erkennbare
Einschlüsse)

Schliff

Das Funkeln eines Diamanten entsteht durch sein Spiel mit dem Licht und die Art und Weise, wie er dieses einfängt und spiegelt. Mit dem Schliff wird der Glanz, das Funkeln und der Schimmer eines Diamanten optimiert. Der Schliff ist einer der wichtigsten Qualitätsparameter und das einzige der vier „C“, das vom Menschen beeinflusst wird. Dafür ist die Erfahrung eines hochqualifizierten Kunsthandwerkers erforderlich, der die ganze Schönheit des Diamanten zutage fördert, indem er ihn auf die idealen Proportionen zuschleift.



Diamantformen

Im Laufe der Geschichte wurden Diamanten in zahlreiche verschiedene Schliffformen gebracht, um sie optimal zur Geltung zu bringen. Seit 1919 ist der Brillantschliff mit 58 Facetten die verbreitetste traditionelle runde Schliffform. Daneben gibt es aber noch viele andere, in den Chopard-Kollektionen ebenfalls vertretene, sogenannte „Fancy Cuts“: Brillant, Princess, Smaragd, Baguette, Herz, Asscher, Oval, Navette, Tropfen, Kissen, Square, Ashoka. Einige dieser Bezeichnungen lassen zwar die geometrische Form des Diamanten erahnen, vermögen jedoch nicht sein Geheimnis zu lüften und beflügeln so eine funkelnde Fantasie.



Brillant



Princess



Smaragd



Baguette



Herz



Asscher



Oval



Navette



Tropfen



Kissen



Square



Ashoka

Fluoreszenz

Gewisse Diamanten schimmern farbig, wenn sie ultraviolett Licht ausgesetzt werden. Diese als Fluoreszenz bezeichnete Reaktion ist nur sichtbar, solange die Energiequelle vorhanden ist. Die Intensität der Fluoreszenz ist unterschiedlich und kann mithilfe der folgenden Skala eingeteilt werden: none (keine), faint (schwach), medium (mittel), strong (stark) und very strong (sehr stark).

Die entsprechende Angabe befindet sich auf den Zertifikaten unserer Diamanten. Allgemein arbeitet Chopard nur mit Diamanten, die eine Fluoreszenz zwischen „none“ und „faint“ besitzen. Jeder Edelstein wird einzeln ausgewählt, um nur die schönsten und hochwertigsten zu verwenden.

Happy Diamonds

Happy Diamonds-Motive sind so konzipiert, dass sie sich in jedem Chopard Produkt frei und auf völlig einzigartige Weise bewegen können. Happy Diamonds-Motive unterliegen den Gesetzen der Schwerkraft sowie üblicher Abnutzung. Daher ist es möglich, dass Happy Diamonds-Motive sich im Laufe des Lebenszyklus Ihres Chopard-Produkts auf verschiedene Arten bewegen.

Happy Diamonds-Motive, die fallen, sich nicht mehr kontinuierlich drehen oder sich anders bewegen als zum Zeitpunkt des Kaufs, werden nicht als Herstellungsfehler angesehen.

WARTUNGSEMPFEHLUNGEN

Für die Wartung Ihrer Schmuckstücke empfehlen wir Ihnen, diese regelmässig einem offiziellen Chopard-Kundendienstzentrum anzuvertrauen, insbesondere wenn Sie feststellen, dass sie an Glanz eingebüsst haben oder ihre Oberfläche beeinträchtigt ist.

Bei Schmuckstücken mit beweglichen Teilen (z. B. Diamanten, Goldbuchstaben usw.) unter einem Glas oder zwischen zwei Gläsern sollte jeglicher Kontakt mit alkoholhaltigen Produkten (Parfums, Cremes usw.) sowie das Eintauchen in Süss- oder Salzwasser vermieden werden, weil ihre Wasserdichte nicht garantiert ist.

Perlen sollten mit einem weichen Lappen gereinigt werden. Ausserdem empfehlen wir, sie regelmässig neu aufziehen zu lassen. Von der Verwendung von Seife oder anderen Reinigungsmitteln sowie dem Kontakt mit Kosmetika, Parfums oder Haarlack wird abgeraten. Perlen dürfen weder in Ultraschallgeräte gegeben noch der Sonne oder einer anderen Wärmequelle ausgesetzt werden, weil das Perlmutter ansonsten austrocknen und brechen kann. Um Ihre Perlen bestmöglich zu schützen, müssen sie getrennt von den übrigen Schmuckstücken aufbewahrt werden.

ECHTHEIT

Um die Echtheit zu garantieren, gravieren wir in jedes Schmuckstück eine individuelle Seriennummer, die auch in unseren Archiven vermerkt ist.



ITALIANO

NEW TELESCOPE SYSTEM

THE ARTISAN OF EMOTIONS

Since 1860

Sin dalla sua creazione, nel 1860, Chopard perpetua un ricco retaggio, fatto di savoir-faire e tradizioni artigianali, plasmando creazioni dal fascino contemporaneo, sinonimi di etica ed emozioni. Caratterizzata da una visione decisamente positiva del mondo, la Maison celebra i momenti preziosi di donne e uomini felici, per i quali orologi e gioielli sono un riflesso della propria Joie de Vivre.

In sintonia con questa visione che ha forgiato la sua identità, Chopard agisce attraverso il prisma di tre elementi fondamentali: la Qualità, assicurata dal lavoro di artigiani appassionati ed esperti nel loro settore; la Creatività, abbondante e generosa, che permette a ognuno di trovare gli oggetti preziosi che gli corrispondono meglio; e, per finire, l'Etica. In effetti, la famiglia Scheufele, che dirige la Maison da diverse generazioni, è intimamente persuasa che il lusso contemporaneo debba essere responsabile ed etico. Nel 2013, queste convinzioni hanno così spinto i copresidenti della Maison, Caroline e Karl-Friedrich Scheufele, a impegnarsi in un "Viaggio verso un lusso

sostenibile". Nel 2018, Chopard annuncia il raggiungimento di un risultato importante nell'ambito di questo programma: l'utilizzo del 100% di oro etico per la realizzazione di tutti i suoi gioielli e orologi.

Oggi, la Maison, familiare e indipendente, sviluppa una forte integrazione verticale dei mestieri e controlla l'insieme della sua catena del valore, dalla progettazione alla distribuzione. Gli artigiani sono specializzati in oltre 50 mestieri nei tre siti di produzione di Chopard, all'interno dei quali un'attenzione particolare è accordata alla formazione interna e alla trasmissione delle competenze. La collezione L.U.C, linea di segnatempo eccezionali per i gentlemen contemporanei, sottolinea l'esperienza di Chopard nel settore dell'Alta Orologeria. La Maison è inoltre celebre per le sue ineguagliabili creazioni di Alta Gioielleria, presenti, in particolar modo, all'interno delle collezioni Red Carpet, Green Carpet o dell'eccezionale Garden of Kalahari. Chopard deve inoltre la sua reputazione a collezioni emblematiche di orologi e gioielli, come Mille Miglia, Happy Diamonds, Happy Sport e Ice Cube. Alimentata dalle emozioni di ogni membro della famiglia Scheufele, la Maison vive al ritmo delle sue collaborazioni

prestigiose: partner ufficiale del Festival di Cannes dal 1998, è anche, dal 1988, il cronometrista ufficiale della leggendaria corsa italiana di auto d'epoca "Mille Miglia".

SPIRITO DI FAMIGLIA

La famiglia è il cuore pulsante di Chopard. Rappresenta le sue origini, la sua storia e il suo attuale modo di essere: è l'eroina e la messaggera della Maison – ieri, oggi, domani. Succeduta alla famiglia Chopard, la famiglia Scheufele rappresenta il mito fondatore e il simbolo unificatore della Maison. I suoi membri incarnano la forza dei legami di parentela, la solidarietà e l'abilità di sviluppare il marchio in modo costante, proficuo e duraturo. Spirito familiare vuol dire senso della tradizione, permanenza dei valori fondatori della società nel corso della storia fino ad oggi, trasmessi di generazione in generazione. Questo stesso spirito simboleggia la dimensione umana che governa le relazioni sia interne che esterne.

ARTIGIANALITÀ E INDIPENDENZA

L'indipendenza è il faro che ha guidato la strategia di sviluppo della Maison sin dalla sua creazione: un approccio reso possibile da un assetto azionario familiare. Ciò si traduce nel livello di integrazione verticale più alto dell'industria orologiera. Tutti gli esemplari venduti da Chopard sono infatti realizzati in uno dei tre siti di produzione, un fenomeno unico nella professione. Questa politica va di pari passo con una cultura dell'artigianalità.

Oggi all'interno dei laboratori della Maison, vengono padroneggiate oltre 50 competenze, alcune delle quali sono tra le più rare e complesse. Esse aprono la strada a un'espressione creativa più libera e innovativa, associata a una costante ricerca dell'eccellenza con un obiettivo: garantire i più alti standard di qualità.

AUDACIA E CREATIVITÀ

L'audacia e la creatività sono la fonte dell'innovazione e dell'originalità di Chopard. Si incontrano e si fondono nel momento in cui il lavoro e l'ispirazione si uniscono come una forza motrice, il cui slancio accompagna la perseveranza e la determinazione dimostrate ogni giorno nella vibrante esistenza della Maison, nel suo approccio vincente e avventuroso e nella sua cultura del coraggio.

Questi valori definiscono la dimensione imprenditoriale così come la forza per andare avanti e intraprendere nuove sfide, includendo iniziative rischiose come la creazione della Manifattura Chopard. Sono la linfa vitale che pervade la dimensione artistica, preserva la tradizione familiare e, nel contempo, guarda costantemente al futuro, guidata da gusti, passioni e talenti della famiglia Scheufele.

Attraverso un approccio dinamico e una Ricerca e Sviluppo all'avanguardia, volti a esplorare e sviluppare processi e materiali inediti sul mercato, l'audacia creativa di Chopard è foriera di una nuova dimensione tecnica.

EMOZIONE E GENEROSITÀ

Spinta da una passione illimitata per la bellezza e la vita, la Maison Chopard trasmette, con i suoi oggetti preziosi e il suo stesso spirito, una dimensione emotiva unica. Ciò riguarda sia chi dona, sia chi indossa l'oggetto prezioso.

Il piacere e la Joie de Vivre sono il DNA della Maison, motivo per il quale le creazioni Chopard sono fonte costante di energia positiva, accompagnando i clienti nei momenti più importanti della loro vita.

Il valore personale intrinseco della Maison e di chi la sceglie è simboleggiato dal cuore, l'emblematico motivo Chopard che anima la collezione Happy Hearts e rappresenta la sua politica filantropica estremamente attiva.

Benevolenza, altruismo, positività e generosità contribuiscono innegabilmente ad alimentare lo spirito di apertura al mondo di Chopard e il desiderio del marchio di allargare la sua sfera d'influenza. In questa prospettiva, l'obiettivo della Maison è quello di generare sempre più emozioni, quotidianamente.

ETICA

Per Chopard, il vero lusso è sinonimo non solo di etica ma anche di responsabilità sociale e ambientale, a tutti i livelli della sua attività e nei confronti di dipendenti, fornitori, clienti del marchio e, ovviamente, del pianeta stesso.

La Maison adotta un approccio etico nello svolgere le sue attività, il che implica il controllo dell'origine delle materie prime e dei metodi di produzione impiegati. Questa strategia è resa possibile dalla totale indipendenza e dall'integrazione verticale di Chopard. Nell'ambito della sua politica di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) e del suo "Viaggio verso un lusso sostenibile", la Maison si impegna in diverse partnership per l'estrazione mineraria responsabile e per l'utilizzo esclusivo di oro etico. La Maison è certificata dal Responsible Jewellery Council (RJC) da diversi anni e integra pratiche di sostenibilità nelle società e nelle catene di approvvigionamento del brand.

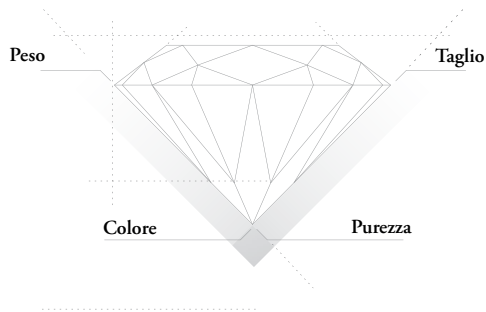
Pioniera in questo campo, la Maison Chopard dimostra il suo forte coinvolgimento nelle problematiche attuali e la sua profonda consapevolezza delle sfide sociali e ambientali. La Maison ambisce a sensibilizzare i propri clienti e si impegna perché l'industria gioielliera e orologiera migliori il proprio impatto e la trasparenza nelle catene di approvvigionamento.

I DIAMANTI CHOPARD

Dietro la lucentezza del diamante si cela un mistero. Quello di una perfezione che ha il sapore di eternità, modellata dalla natura e incastonata secondo i criteri di eccellenza Chopard. La più brillante di tutte le pietre preziose risulta essere anche la più dura, oltre che inalterabile. Chopard, attraverso la selezione dei diamanti e la loro lavorazione, raccoglie con successo la sfida rappresentata da queste straordinarie caratteristiche.

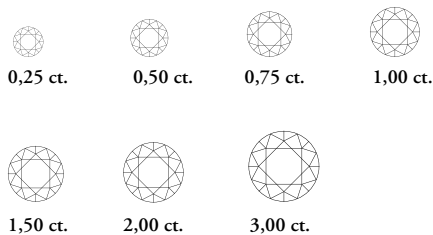
Le “4C”

Chopard si fa un punto d'onore di lavorare esclusivamente i diamanti più belli che superano la rigorosa selezione. La qualità delle pietre è definita abbinando quattro criteri, secondo la referenza internazionale delle “4C”: Carat (peso), Colour (colore), Clarity (purezza), Cut (taglio). L'approccio singolare della Maison, la sua eleganza e la sua perizia unica richiederebbero l'aggiunta di una quinta “C”, quella di Chopard.



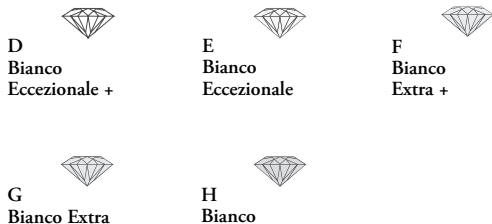
Il peso

Il peso di una pietra preziosa è misurato in carati e un carato corrisponde a 0,20 grammi. Anticamente, si utilizzavano i semi di carrube per pesare i diamanti e l'attuale termine "carato" deriva proprio da questa pratica e dal nome della pianta. Chopard propone una grande varietà di diamanti di peso diverso per i propri solitari, partendo da 0,30 ct. Il prezzo di un diamante aumenta proporzionalmente al suo peso, ma è l'insieme di questa caratteristica e delle altre "C" a conferire alla pietra tutta la sua bellezza e il suo valore.



Il colore

La qualità del diamante è determinata anche dal suo colore. Le pietre più rare sono assolutamente incolore e trasparenti. Le sfumature cromatiche dei diamanti bianchi sono classificate secondo una scala di valori internazionale utilizzata dai professionisti del settore, che va dalla lettera D per caratterizzare un bianco eccezionale alla lettera Z se è presente una pigmentazione. Chopard seleziona i propri diamanti tra le migliori gradazioni di colore.



La purezza

I diamanti, formatisi milioni di anni fa, hanno subito condizioni di temperatura e di pressione estreme e rappresentano una straordinaria opera della natura. È durante il processo di cristallizzazione che si formano le inclusioni all'interno della pietra. Quando si parla di purezza di un diamante s'intende il numero, la dimensione e la natura di questi elementi. Analizzate con una lente di ingrandimento 10x da un professionista, le pietre sono classificate in 11 categorie ufficiali. Chopard seleziona i propri diamanti tra quelli di eccezionale purezza.

FL



Privo di inclusioni alla lente (perfettamente puro)

IF



Privo di inclusioni alla lente (purezza interna perfetta)

VVS₁-VVS₂

(Inclusioni piccolissime)

VS₁-VS₂

(Inclusioni molto piccole)

SI₁-SI₂

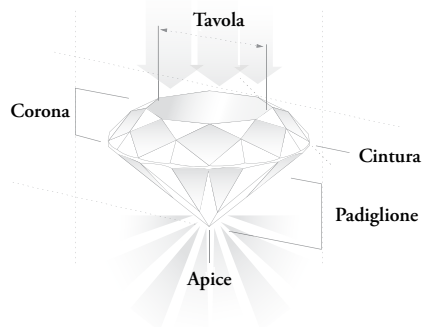
(Inclusioni piccole)

I₁-I₂-I₃

(Inclusioni visibili a occhio nudo)

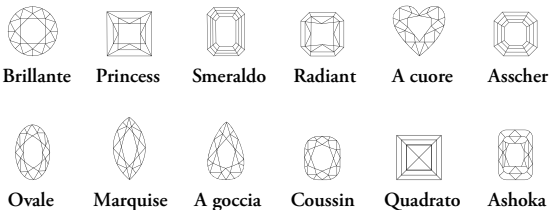
Il taglio

Lo scintillio di un diamante si rivela in base a come la pietra gioca con la luce, la cattura e la rifrange. Il taglio di un diamante è in grado di migliorarne la lucentezza, il fuoco e lo scintillio. Tra le "4C", il taglio rappresenta uno dei principali parametri di qualità ed è l'unico sul quale può intervenire la mano dell'uomo. L'operazione richiede l'esperienza di artigiani altamente qualificati, i quali sapranno svelare tutta la bellezza dei diamanti dando alle sfaccettature le proporzioni ideali.



Le forme del diamante

Nel corso della storia, i tipi di taglio si sono susseguiti. Dal 1919, il taglio a brillante – con le sue 58 faccette – è la forma tonda tradizionale più diffusa. Esistono numerosi altri tagli chiamati “fancy-cut” e disponibili nelle collezioni Chopard: marquise, a goccia, coussin, Asscher, princess, radiant, Ashoka, briolette, smeraldo, a cuore, ovale o brillante. Nomi che a volte lasciano indovinare la forma geometrica del diamante senza però svelarne interamente il mistero e lasciando spazio a una scintillante fantasia.



La fluorescenza dei diamanti

Alcuni diamanti, se esposti a radiazioni ultraviolette (UV) possono emettere una luminescenza colorata. Questa reazione, chiamata fluorescenza, è visibile solo durante l'esposizione alla fonte di energia. L'intensità della fluorescenza varia e può essere classificata sulla base della seguente scala: None (nessuna), faint (leggera), medium (media), strong (forte) e very strong (molto forte).

I certificati che corredano i nostri diamanti riportano questa informazione. Come regola generale, Chopard lavora solo con diamanti la cui fluorescenza è compresa tra “none” e “faint”. Ogni pietra è analizzata individualmente e solo le pietre più belle e di migliore qualità superano la selezione.

Happy Diamonds

Gli Happy Diamonds mobili sono studiati per muoversi liberamente e con assoluta unicità in ogni creazione Chopard. Gli Happy Diamonds mobili sono soggetti alle leggi della gravità e alla normale usura. Può pertanto accadere che gli Happy Diamonds mobili si muovano in modo diverso nell'arco dell'intera vita dell'articolo Chopard

in cui sono integrati. Gli Happy Diamonds mobili che cadono, smettono di ruotare continuamente o si muovono in modo diverso rispetto al momento dell'acquisto non sono dunque considerati un difetto di produzione.

CONSIGLI PER LA MANUTENZIONE

Le consigliamo di affidare regolarmente i Suoi gioielli per la manutenzione a un centro servizi ufficiale Chopard, quando perdono la loro lucentezza o quando la superficie risulta alterata.

In particolare, gli esemplari di gioielleria che contengono elementi mobili (diamanti, caratteri in oro, ecc.) tra uno o due vetri, non devono essere messi a contatto con prodotti a base alcolica (profumi, creme, ecc.) e non devono essere immersi in acqua dolce o di mare, in quanto non beneficiano della garanzia di impermeabilità.

Per quanto riguarda le perle, si consiglia di pulirle con un panno morbido e di farle rinfilare regolarmente. L'uso del sapone o di un detergente è sconsigliato, così come il contatto con prodotti cosmetici, profumi o lacca per i capelli. Per evitare la disidratazione e la formazione di crepe sulla

madreperla, le perle non devono entrare in contatto con macchinari a ultrasuoni e non devono essere esposte alla luce del sole o a fonti di calore. Per proteggere al meglio le Sue perle, Le conservi separatamente dagli altri gioielli.

AUTENTICITÀ

A garanzia dell'autenticità, il numero individuale di serie è inciso su ogni esemplare delle collezioni e registrato nei nostri archivi.

A black and white photograph of a necklace with heart-shaped diamonds. The necklace is positioned on the left side of the frame, curving downwards. The diamonds are heart-shaped and vary in size and clarity. The background is a dark, textured surface, possibly a piece of fabric or paper, which is out of focus. The lighting is dramatic, highlighting the facets of the diamonds and creating a strong contrast with the dark background.

ESPAÑOL

THE ARTISAN OF EMOTIONS

Since 1860

Desde su fundación en 1860, la firma Chopard perpetúa su vasto legado de tradición y savoir-faire artesanal concibiendo creaciones dotadas de un encanto contemporáneo sinónimo de ética y emoción. Guiada por una visión categóricamente positiva del mundo, la Maison acompaña en los momentos más felices e inolvidables a mujeres y hombres que aprecian los relojes y las joyas como un reflejo de su propia Joie de Vivre.

En consonancia con esta visión que forja su identidad, el mundo de Chopard gira en torno a tres ejes fundamentales: una exquisita calidad, posible gracias a la labor de artesanos apasionados y expertos en sus respectivas disciplinas; una creatividad abundante y generosa que permite imaginar objetos preciosos adaptados a cada gusto; y, por último, la ética. La familia Scheufele, que lleva generaciones dirigiendo la Maison, está íntimamente convencida de que el lujo contemporáneo solo puede ser responsable y ético. En 2013, esta convicción animó a los copresidentes de la Maison,

Caroline y Karl-Friedrich Scheufele, a emprender un «Viaje hacia un lujo sostenible». Precisamente, Chopard anunció en 2018 un importante logro en el ámbito de su programa: el uso de oro producido de forma 100 % ética para la fabricación de todos y cada uno de sus relojes y joyas.

Actualmente, la Maison familiar e independiente fomenta una sólida integración vertical de los oficios y controla plenamente su cadena de valor, desde la concepción hasta la distribución. En las tres plantas de producción de Chopard se dominan más de 50 oficios y, para preservarlos, se presta especial atención a la formación interna y la transmisión del savoir-faire. La colección L.U.C, una línea de relojes excepcionales para gentlemen contemporáneos, pone de manifiesto la experiencia de Chopard en el ámbito de la alta relojería. La Maison es igualmente notoria por sus inconfundibles creaciones de alta joyería, entre las que destacan las colecciones Red Carpet, Green Carpet o la excepcional Garden of Kalahari. Asimismo, Chopard debe su reputación a colecciones de relojes y joyas tan emblemáticas como Mille Miglia, Happy Diamonds, Happy Sport y Ice Cube.

Impelida por las emociones de cada miembro de la familia Scheufele, la vida de la Maison está marcada por el ritmo de sus prestigiosas colaboraciones. En particular, la firma es fiel colaboradora del Festival de Cannes desde 1998 y cronometrador oficial de la legendaria carrera italiana de coches clásicos 1000 Miglia desde 1988.

ESPÍRITU FAMILIAR

La familia es la esencia de Chopard, símbolo de su fundación, su historia y su presente: héroe y mensajero — pasado, presente y futuro— de la Maison. La familia Scheufele, sucesores de la familia Chopard, simboliza el mito de la fundación y la unificación de la Maison. Sus miembros ejemplifican la fuerza del vínculo familiar, la solidaridad y la capacidad de hacer evolucionar la firma de forma eficaz, duradera y coherente. El espíritu familiar se refleja en el sentido de la tradición, pues la firma se ha mantenido fiel a sus orígenes a lo largo de toda su historia y con el paso de varias generaciones. El mismo espíritu determina la dimensión humana que impera en las relaciones de la firma tanto a nivel interno como externo.

ARTESANÍA E INDEPENDENCIA

La independencia de la casa ha guiado su estrategia de desarrollo desde su fundación, un enfoque que solo es posible dentro de una estructura familiar. Este enfoque se concretiza en una producción que ha alcanzado el nivel más elevado de integración vertical de la industria relojera. Todos los objetos vendidos por Chopard se fabrican en unos de sus tres centros de producción, un modelo singular en el sector. Esta política está estrechamente vinculada con la cultura de la artesanía.

Actualmente, en los talleres de la Maison se dominan más de 50 oficios, algunos de ellos muy complejos y desconocidos. Esto permite una expresión creativa más libre e innovadora que busca continuamente alcanzar la máxima excelencia para garantizar un alto nivel de calidad.

AUDACIA Y CREATIVIDAD

La audacia y la creatividad son una fuente inagotable de innovación y originalidad para Chopard. Actúan, junto con el esfuerzo y la inspiración, como motor para impulsar la perseverancia y la determinación que dan vida al día a día de la Maison: una actitud ganadora, aventurera y valiente.

Estos valores sustentan la dimensión emprendedora y el afán por avanzar para afrontar nuevos retos, como la creación de Chopard Manufacture, y siembran una dimensión artística que abraza el legado recibido sin dejar de mirar constantemente al futuro, tomando como inspiración el gusto, la pasión y el talento de la familia Scheufele.

La audacia creativa de Chopard abre una nueva dimensión técnica, adoptando un enfoque dinámico de Investigación y Desarrollo punteros, con el propósito de explorar y desarrollar procesos y materiales inéditos en el mercado.

EMOCIÓN Y GENEROSIDAD

Movida por una pasión inagotable por la belleza y la vida, la firma Chopard transmite, a través del espíritu de la Maison y sus preciados artículos, una dimensión emocional única. Una emoción que conmueve tanto al portador de los objetos como al que los entrega.

El placer y la Joie de Vivre son inherentes a la casa y a todas sus creaciones, que desprenden una perpetua energía positiva que acompaña a los clientes en los momentos más importantes de sus vidas.

El reconocimiento del valor personal intrínseco, o asociado a otras personas, se representa mediante el corazón, el motivo icónico de Chopard, protagonista indiscutible de la colección Happy Hearts y símbolo de la política filantrópica activa de la firma.

La benevolencia, el altruismo, la positividad y la generosidad fomentan la mentalidad abierta de Chopard y el afán por ampliar su esfera de influencia. Más allá de su historia, la Maison se rige a diario por un compromiso, generar aún más emociones.

ÉTICA

Para Chopard, el auténtico lujo es sinónimo de ética, así como de responsabilidad social y medioambiental en todas las etapas de la actividad y con respecto a los empleados, proveedores, clientes y, por supuesto, el planeta.

El enfoque ético de la Maison implica en control del origen de las materias primas y los métodos de producción —algo que es posible gracias a su completa independencia y la integración vertical—. En el marco de su política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y de su «Viaje hacia un lujo sostenible», la Maison colabora en varias colaboraciones únicamente para la extracción minera responsable y el uso de oro ético. La Maison posee la certificación del Consejo de Joyería Responsable (RJC, por sus siglas en inglés) desde hace varios años, al incorporar prácticas de sostenibilidad en sus entidades y en sus cadenas de suministro.

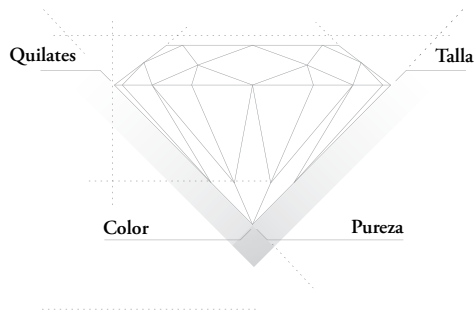
Chopard es una de las firmas pioneras en este ámbito y, por consiguiente, demuestra su concienciación e implicación en la lucha contra problemas medioambientales y sociales. La Maison se esfuerza por sensibilizar al cliente y se compromete firmemente a contribuir a que las industrias de la joyería y la relojería mejoren su impacto y la transparencia de sus cadenas de suministro.

EL DIAMANTE CHOPARD

Tras el destello del diamante... un misterio; aquel de la perfección de la eternidad, elaborada por la naturaleza y engastada según los criterios de excelencia de Chopard. Inalterable, la más brillante de todas las piedras preciosas también es la más dura. Por la elección de los diamantes así como por su trabajo, Chopard enfrenta el reto de este carácter de excepción.

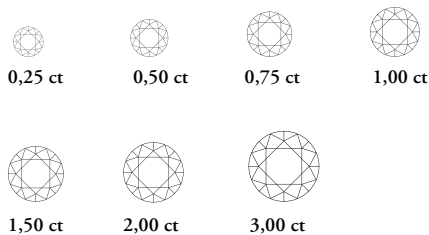
Las «4C»

Para Chopard es una cuestión de honor trabajar exclusivamente con los diamantes más hermosos, y los elige tras una rigurosa selección. La calidad de las piedras está definida por la conjunción de cuatro criterios, según la referencia internacional de las «4C»: Carat (los quilates), Colour (el color), Clarity (la pureza) y Cut (la talla). El enfoque singular de la Manufactura ginebrina, su elegancia y su savoir-faire único exige una quinta «C», la de Chopard.



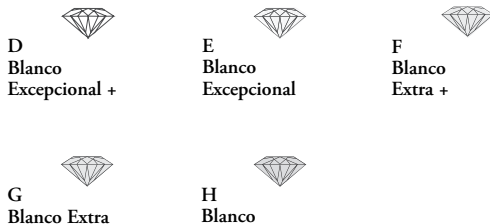
Los quilates

El peso de una piedra preciosa se mide en quilates, unidad que equivale a 0,20 gramos. En la Antigüedad se empleaban las semillas del algarrobo para pesar los diamantes, debiendo su etimología a este nombre y a dicha práctica. A partir de 0,30 ct, Chopard ofrece una gran variedad de tallas en sus solitarios. Si el precio de un diamante aumenta en función de sus quilates, es la combinación con las otras C lo que le confiere toda su belleza y su valor.









El color

La calidad del diamante también está determinada por su blancura. Las piedras más raras son completamente incoloras y transparentes. Los matices cromáticos de los diamantes blancos poseen un referente determinado por una escala de valor internacional empleada por la profesión y que va desde la letra D para caracterizar un blanco excepcional hasta la Z para una piedra con color. Chopard selecciona sus diamantes entre aquellos que poseen los mejores colores.



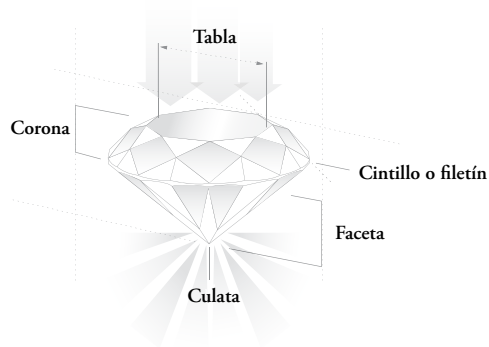
La pureza

Formados hace millones de años, sometidos a condiciones de temperatura y de presión extremas, los diamantes son obra de la naturaleza. Durante ese proceso de cristalización se forman inclusiones en la piedra. La pureza de un diamante se refiere al número, al tamaño y a la naturaleza de dichos elementos. Evaluados por un profesional con una lupa de 10 aumentos, las piedras están clasificadas en 11 categorías oficiales, entre las cuales Chopard solo acepta las de pureza excepcional.

FL	IF	VVS ₁ -VVS ₂
		
Sin inclusiones (perfectamente puro)	Sin inclusiones internas (pureza interna perfecta)	Very Very Small Inclusions (inclusiones muy muy pequeñas)
VS ₁ -VS ₂	SI ₁ -SI ₂	I ₁ -I ₂ -I ₃
		
(Inclusiones muy pequeñas)	(Pequeñas inclusiones)	(Inclusiones visibles a simple vista)

La talla

Un diamante revela todo su resplandor por su manera de jugar con la luz, de cautivarla y reflejarla. Con la talla se optimiza su brillo, su fuego y su centelleo. Dentro de las «4C», la talla es uno de los principales parámetros de calidad y la única influencia de la mano del hombre. La talla requiere la pericia de un artesano altamente cualificado, quien sabrá, al facetarlo con las proporciones ideales, desvelar toda la belleza del diamante.



Las formas de los diamantes

Para magnificarlo, el diamante ha conocido numerosas formas de talla a lo largo de la historia. Desde 1919, la talla brillante, provista de 58 facetas, constituye la forma redonda tradicional más difundida. Sin embargo existen muchas otras tallas, conocidas como *fancy-cuts*, y disponibles en las colecciones Chopard: brillante, princesa, esmeralda, radiant, corazón, Asscher, óvalo, marquise, pera, cojín, cuadrado y Ashoka. Algunos nombres permiten adivinar la forma geométrica del diamante sin desvelar su misterio, pero con una destellante imaginación.



Brillante



Princesa



Esmeralda



Radiant



Corazón



Asscher



Óvalo



Marquise



Pera



Cojín



Cuadrado



Ashoka

La fluorescencia de los diamantes

Algunos diamantes al ser expuestos a los rayos ultravioletas/UV pueden emitir una iluminación colorida. Esta reacción se denomina fluorescencia y solo es visible durante la exposición a dicha fuente de energía.

La fluorescencia varía en intensidad y puede ser graduada en una escala que se define como: None (ninguna), faint (ligera), medium (media), strong (fuerte) y very strong (muy fuerte).

Esta información debe ser anotada en los certificados de nuestros diamantes. En regla general, Chopard solo trabaja con diamantes que poseen una fluorescencia entre «none» y «faint». Cada una de las piedras es seleccionada individualmente, de tal manera que solo se ofrezcan las más hermosas y de mayor calidad.

Happy Diamonds

Los diamantes móviles Happy Diamonds están diseñados para interpretar un baile libre y único dentro de cada producto de Chopard. Los diamantes móviles Happy Diamonds no son inmunes a la ley de la gravedad ni al desgaste por un uso normal. Por tanto, los diamantes

móviles Happy Diamonds de su Chopard podrían variar su movimiento con el paso del tiempo. Los diamantes móviles Happy Diamonds que se desprenden, dejan de girar continuamente o se mueven de una manera diferente a cuando se compraron, no se consideran un defecto de fabricación.

CONSEJOS PARA EL MANTENIMIENTO

Para el mantenimiento de sus joyas, le recomendamos que las confíe con regularidad a un centro de servicio oficial Chopard en caso de que perciba que pierden sus destellos o que su superficie está alterada.

En cuanto a las piezas de joyería dotadas de elementos móviles entre uno o dos cristales, como diamantes, letras de oro, etc., le recomendamos evitar el contacto con productos a base de alcohol (perfumes, cremas, etc.), así como la inmersión en el agua dulce o de mar, ya que estos productos no son estancos.

Con respecto a las perlas, recomendamos que las lave con un paño suave. También recomendamos que se vuelvan a ensartar con regularidad. Recomendamos

especialmente que no use jabón ni detergente, y que evite cualquier contacto con cosméticos, perfumes o laca para el cabello. Las perlas no resisten a las máquinas de ultrasonido, ni la exposición al sol o a una fuente de calor, pues podrían provocar la resequedad o agrietamiento del nácar. Para conservar sus perlas de la mejor manera posible, le recomendamos que no las guarde junto con otras joyas.

AUTENTICIDAD

Para garantizar la autenticidad de cada pieza, sea cual fuere la colección, esta lleva grabado un número individual de serie, que está registrado en nuestros archivos.



中文

锻造情感的工匠

始于 1860

自 1860 年创始至今，萧邦一如既往地延续着一份传承，一份蕴藏丰富传统与工匠精艺的传承。每一件洋溢当代魅力的世家创作，都在阐释伦理道德和情感的真义。萧邦世家秉持积极正向的世界观，与每一位活出精彩的女性和男性，共贺人生中的珍贵时刻，见证璀璨的腕表与珠宝映照他们的生活之乐。

萧邦的品牌身份，正是以这份世界观铸就而成，而萧邦的实际行动，亦与之匹配相称，始终透过三大基本要素履行：精湛工艺——出自热爱且精通专长的工匠之手；丰沛创意——任何人都会在源源不竭的创作中觅得最契合自身的珍稀物件；以及伦理道德。世代执掌萧邦世家的舍费尔家族，从心底深深确信：当代奢侈品业，必须成为负责任和谨守伦理道德的行业，别无他选。2013 年，这些信念促使萧邦世家的联合总裁卡罗琳·舍费尔和卡尔·弗雷德里克·舍费尔迈出坚定步伐，踏上了可持续发展的奢侈品之路。2018 年，在该计划的框架之内，萧邦公开宣布了品牌的重要目标：在其所有腕表和珠宝作品的生产上，全部使用 100% 符合伦理道德准则的金原料。

今天，萧邦世家身为独立的家族企业，致力于造就工艺部门之间紧密的纵向整合，并严格管控整条价值链，从产品的设计到发行，聚焦每一个环节。萧邦将其 50 多个工艺部门齐聚三大生产场地，集中监管；而各制造厂格外关切的，正是内部培训和工艺传承。L.U.C 精湛计时系列，专为当代绅士呈献，充分彰显了萧邦在高级钟表领域的精深造诣。萧邦世家也因无以伦比的高级珠宝杰作而久负盛名。在 Red Carpet、Green Carpet，乃至惊艳绝伦的 Garden of Kalahari 系列中，都能见到这些作品的身影。萧邦的盛誉，还源于其标志性的腕表和珠宝系列，如 Mille Miglia、Happy Diamonds、Happy Sport 和 Ice Cube 在舍费尔家族每个人的精心投入下，萧邦与许多久负盛名的盛事建立了良好的合作关系：萧邦自 1998 年以来一直是戛纳国际电影节的官方合作伙伴；自 1988 年来，一直担任传奇的意大利老爷车比赛 Mille Miglia 的官方计时。

家族精神

家族，是萧邦的核心所在，象征着品牌的基石、历史和当代面貌：它，是萧邦的英雄和使者，是世家的昨天、今天和明天。舍费尔家族，接续萧邦家族，代表着品牌的创始传奇与合一象征。家族的成员们，不息地诠释着血脉与团结的力量，表达着自身以持久、一贯、丰硕的方式发展企业的能力。家族精神，是一种传统意识，即把企业之根的恒久隽永奉为典范，贯穿品牌历史、迄今依然如初；薪火相传，代代相承。这份精神，也是品牌人文层面的缩影。这一人文层面，同时主宰着品牌的种种内部与外部关系。

工匠技艺与自主经营

品牌的自主经营，自创始之初便引导着它发展策略的制定。而品牌的成功创立，归因于家族式的股权结构。自主经营的意义，通过腕表工业内最高水准的纵向一体化表现出来。萧邦售出的每一件作品，都出自三个自有制造厂之一。此做法在业界实属独一无二。而这一宗旨，与品牌的工匠技艺文化密不可分。

今天，品牌工坊内掌握的精湛工艺超过了 50 项，其中包括某些最为稀有、复杂的技艺。这些工艺，成就了更为自由、更勇于突破的创作表达，结合着对卓越境界的不断追寻，由此便确保了至高的品质标准。

无畏的勇气与无限创造力

无畏的勇气和无限的创造力，是萧邦的革新与独创之源。两者的碰撞和相融，发生于一股驱动力诞生之时。这股驱动力，源于制造和灵感的结合，牢牢地支撑着品牌的恒久坚持和不移决心，而这样的坚持和决心，体现在品牌充满活力的日常、求胜冒险的态度，和注重无畏的文化上。

这些价值观，决定了品牌的企业经营层面，也造就了品牌前进不辍、迎接全新挑战的决心。全新的挑战中，就包括了如萧邦制表工坊等工业公司的创建。一次又一次新的冒险，令设计层面愈发丰富饱满，既拥抱了经典传承，又不断地眺望着未来。每一次突破，都由舍费尔家族的品味、热情与才华步步引领。

积极活跃的高尖研发，使品牌探索并开发出市场上前所未见的制作工艺与材质。通过这样的研发之举，萧邦创意蓬勃的无畏精神，推动了全新技术层面的进步。

细腻情感与慷慨之心

对于美感和生命的无限热情，促使萧邦传递出独一无二的情感讯息，而传递的媒介，正是品牌的精神和它珍贵的杰作。这份传递的收取人，既是佩戴者，也是赠与者。欢悦之心和生活之乐，是品牌内在的重要部分，令萧邦的作品自始至终绽放出积极的能量，以此陪伴客户度过生命中最精彩动心的时刻。

对内在个人价值和对他人的认同，以心形作为象征。心形，是萧邦标志性的图形，为 Happy Hearts 系列注入了勃勃生机，也代表着品牌极为活跃的博爱宗旨。

毫无疑问，仁爱、利他、进取和慷慨，成就了萧邦拥抱世界的开放精神，也拓宽了品牌影响力的境界。在这样的背景下，萧邦日复一日地悉心耕耘，让更丰富的情感滋长发芽。

道德伦理

对于萧邦来说，真正的奢侈品是道德、环境和社会责任的同义词，需要在业务的各个层面上加以落实，同时对所有的员工、供应商、客户，当然还有地球本身承担责任。

品牌采取符合道德的方法来处理旗下业务，包括监督原材料的来源和生产方式。萧邦的完全独立和垂直整合，是成功推动这一战略的关键。

依据品牌的社会责任（RSE）政策和“可持续发展的奢侈品之路”理念，萧邦参与多项结盟，落实责任采矿并一律使用道德黄金。萧邦多年前以获得责任珠宝业委员会（Responsible Jewellery Council）认证，在其事业体及供应链中整合可持续发展的做法。

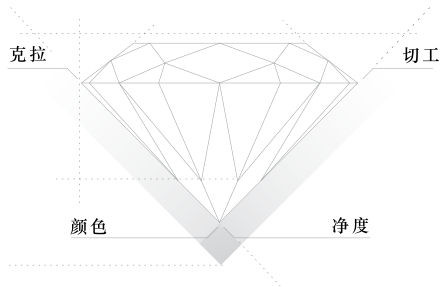
萧邦作为该领域的先锋，不断见证着它对于当代时事的深刻关切，和对社会及环境问题的强烈意识。为此，品牌致力于向终端消费者传递其价值观，并鼓励全世界在整个行业的各个层面努力达到更高的采购和制造准则。萧邦致力于提高客户意识，并努力确保珠宝和腕表行业提高其供应链的影响力和透明度。

萧邦钻石

钻石的火彩——永恒之谜。这是经自然淬炼，并根据萧邦卓越品质标准镶嵌而成的永恒完美之谜。钻石永不变形，是最璀璨耀人的宝石，亦是最坚硬的宝石。通过对钻石精心甄选并精雕细琢，萧邦成功攻克了钻石的此项非凡特性的挑战。

“4C”标准

萧邦对钻石严格遴选，仅使用最美轮美奂的钻石来雕琢作品。钻石的品质根据国际公认的“4C”标准来衡量：Carat（克拉）、Colour（颜色）、Clarity（净度）、Cut（切工）。萧邦凭借其日内瓦工坊的独到技法、优雅风范和独一无二的精湛工艺，足以成为第五个“C”标准，即萧邦（Chopard）标准。



克拉

钻石的重量以克拉来衡量, 1 克拉等于 0.20 克。古时是用角豆树种子来称重钻石, 正是源于这种做法和此植物名称, 角豆树 (caroubier) 成为现今克拉 (carat) 一词的词源。萧邦选用重量在 0.3 克拉以上的钻石制作其款式极为多样的单颗钻石戒指。如果说钻石的价格是随克拉值而增高, 那么唯有与其它标准相结合方可赋予钻石以臻美之态和璀璨价值。



0.25 克拉



0.50 克拉



0.75 克拉



1.00 克拉



1.50 克拉



2.00 克拉



3.00 克拉

颜色

钻石的品质亦取决于亮白度。最珍稀的钻石为无色透明钻石。白钻的色差根据业内使用的国际通用颜色等级体系来鉴定, 此色级体系由代表极白的字母 D 开始, 终结于代表浅黄色的 Z。而萧邦只选用色级最佳的钻石。

D
极白+E
极白F
优白+G
优白H
白

净度

钻石是在极端温度和压力条件下历经数百万年而形成，堪称大自然的杰作。在其结晶的过程中会有杂质渗入钻石内部。钻石的净度就是根据这些物质的数量、体积和性质来评定。由专业人士在 10 倍放大镜下测评，钻石被分为 11 个级别，萧邦只选用净度绝佳的钻石。

FL



放大镜下无任何
可见瑕疵
(完全无瑕)

IF



放大镜下无任何
可见瑕疵
(内部完全无瑕)

VVS₁-VVS₂

(具极微小内含物)

VS₁-VS₂

(具微小内含物)

SI₁-SI₂

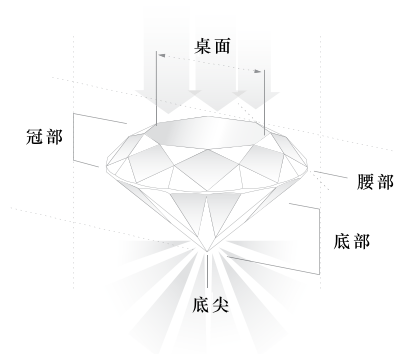
(具小型内含物)

I₁-I₂-I₃

(具肉眼可见瑕疵)

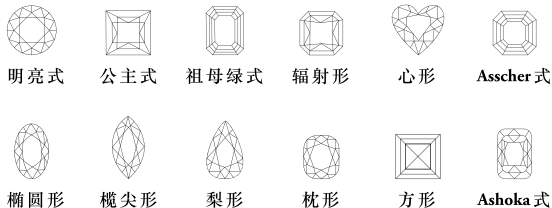
切工

钻石是以一定的方式来捕捉和反射光线，通过与光线的互动散放出夺目光彩。经过对钻石进行切磨，从而优化钻石的亮度、火彩和闪光效果。在“4C”标准中，切工是最主要的品质标准之一，也是唯一受人手影响的标准。它要求资深工艺师经验丰足，能够按照最完美的比例对钻石进行琢磨，从而完全展现钻石的美态。



钻石的形状

为求尽善尽美，历史上钻石经历了众多琢型。自1919年以来，拥有58个琢面的明亮式切割成为最普及的传统圆面琢型。但是还有许多其它形式的切工，即所谓的“花式切工”，在萧邦产品系列中可见一斑：榄尖形、梨形、枕形、Asscher式、公主式、辐射形、Ashoka式、水滴形、祖母绿式、心形、圆形或椭圆形，这些名称有时会让人猜测钻石的几何形状，同时也保留了猜不透的神秘感，引人遐思。



钻石的荧光

一些钻石在受到紫外线照射时可发出有色光。这种反应称之为荧光，而且只有在钻石暴露在这种能源下时方能见到。

荧光的强度有所不同，可划分为如下级别：none（无）、faint（弱）、medium（中等）、strong（强）和 very strong（很强）。

此信息会标注在我们的钻石鉴定证书上。一般而言，萧邦只选用荧光等级介于none（无）和faint（弱）之间的钻石。每枚钻石均经单独精心挑选，以呈现其最美外观和最佳品质。

Happy Diamonds

HAPPY DIAMONDS系列的的活动钻石指的是在每一件萧邦产品中，以独特的方式自由移动的钻石。HAPPY DIAMONDS系列的的活动钻石受万有引力影响，在日常使用中会有自然的磨损。因此，随着产品使用时间的延长，HAPPY DIAMONDS系列的的活动钻石可能会以不同的方式移动。所以HAPPY DIAMONDS系列的的活动钻石掉落、停止旋转、移动或者在购买之日后以其他不同方式转动均不视为是产品制造缺陷。

保养建议

为保养您的珠宝，当您发现珠宝失去光泽或表面变形时，我们建议您定期将其送交萧邦官方服务中心。

特别是对那些包含了嵌于两个蓝宝石水晶片之间的活动部件（如钻石、金质字符等）的珠宝，我们建议避免将其与含酒精的产品接触（香水、乳霜等），并避免浸入淡水或海水，因为这些产品并不保证防水。

对于珍珠首饰，我们建议用软布进行擦拭，并对之定期重新穿线。而且不要使用肥皂或洗涤剂，并避免接触化妆品、香水或发胶。珍珠不可通过装有超声波的仪器，也不可阳光直晒或接触热源，这可能会导致珠母干裂。为尽可能完好保护您的珍珠首饰，请务必将其与其它珠宝分开存放。

真品保证

为保证每件产品的真实性，不管所属何系列，每件产品均镌刻独立编号，并收录在我们的档案内。



日本語

感動を呼び起こす職人

1860 年以來

ショパールは 1860 年の創業以来、豊かな伝統と職人のノウハウを育みながら現代性に溢れる作品を生み出してきました。その魅力は、メゾンが理念として掲げる倫理と感動を代弁するものです。ポジティブで揺るぎない世界観を原動力として生まれたメゾン ショパールの時計やジュエリーは、ジョワ・ド・ヴィーヴル（生きる喜び）を映し出すオブジェ。身にまとう人の、喜びに溢れる大切な瞬間をとともに祝います。こうしたビジョンがメゾンらしさとして確立されたショパールには、このアイデンティティを支える 3 つの要素があります。熱意ある職人と分野ごとの専門家が成し遂げる「卓越のクラフトマンシップ」。そして、あらゆる人が自分らしい大切なオブジェと出会うことを可能にする、豊かで寛大な「創造力」。最後に、「企業理念」です。世代を超えて家族経営を行ってきたショイフレ家は、現代のラグジュアリーは、責任があり倫理的なものでなければならないと確信しています。こうした信念をもとに、メゾンの共同社長であるキャロライン・ショイフレとカール - フリードリッヒ・ショイフレは 2013 年、「サステナブル・ラグジュアリーへの旅」への取り組みを開始し

ました。2018 年、ショパールはこのプログラムを通じて大きな決定を発表しています。すべての時計とジュエリーを、100% エシカルゴールドを使用し制作することにしたのです。

家族経営により育まれるメゾンの独立精神は、現在も設計から流通に至るまで、首尾一貫してバリューチェーン全体を管理する垂直統合にも現れています。ショパールの 3 つの制作拠点は、50 を超える専門技術が駆使され、社内における研修とノウハウの伝達に特に注意が払われています。現代のジェントルマンのための卓越のタイムピースが揃う L.U.C コレクションは、ショパールのオートオルロジュリーにおける専門技術が際立つラインです。ショパールはまた、比類のないハイジュエリー作品でも知られています。これらは特にレッドカーペット コレクション、グリーンカーペット コレクション、エクセプションな「ガーデン・オブ・カラハリ」に収められています。ミッレ ミリア、ハッピーダイヤモンド、ハッピースポーツ、アイスキューブなどのアイコン的な時計やジュエリーのコレクションも、ショパールの作品としてよく知られています。

ショイフレ家の一人ひとりの感動によって育まれてきたメゾン ショパールは、1998年よりカンヌ国際映画祭のオフィシャルパートナーとして、その権威ある賞に貢献を続けています。また、1988年からはイタリアの伝説的なクラシックカーレース、ミッレ ミリアの公式タイムキーパーを務めています。

家族の精神

ショパールの中枢を成す家族は、過去も現在もそして未来においても、メゾンの基盤、歴史そして現代を具体的に表現する柱石であり先駆者です。ショパール家を引き継いだショイフレ家は、メゾンの伝説的な歴史とその統合を象徴しています。ショイフレ家の一人ひとりが、親族間の固い絆や連帯感、そして永続的で首尾一貫した方法で企業を発展させる技量を発揮してきました。こうした家族精神は、企業が今まで永続してきたことが示すように、数世代にわたるメゾンの歴史を通じて現在に至るまでの伝統意識を表しています。その精神はまた、企業の内部または外部との強く結ばれた人間関係にも見て取れます。

クラフツマンシップ&独立精神

メゾンの独立精神を導くのは創業以来の開発戦略ですが、それは同族経営だからこそ維持できるアプローチで、それは業界最高レベルに達した垂直統合に現れています。ショパールの製品はすべて、3つの制作拠点のいずれかで作られていますが、これは業界では極めて特異なことです。この方針は、クラフツマンシップの精神と密接に関連しています。

現在、メゾンのアトリエでは、類稀で複雑な50以上の専門技術が駆使されていますが、こうした技術は自由で革新的なクリエイションを可能にし、弛まない卓越性の追求と相まって最高の品質を保証しているのです。

大胆さ&創造力

大胆さと創造力は、ショパールのイノベーションとオリジナリティの基盤です。手工業とインスピレーションが原動力として融合され、メゾンのみなぎるバイタリティや尽きない冒険心、目的に向かって邁進する姿勢を基盤として、大胆さと創造力が出会い、それが変化の道を辿ります。

これらの価値は、ショパール・マニュファクチュールの創設といったベンチャーを含め、新たな挑戦に取り組む決心とともに起業家精神を明らかに打ち出しています。それは、ショイフレ家の考察力、情熱そして才能に導かれ、将来を常に見据えつつ継承する芸術的次元を満たす価値なのです。

ショパールの大胆な創造力は、市場においてかつて例を見ない工程や素材を探求し、開発するための最新R&Dへの意欲的な取組みを介して、技術の新たな次元を開きます。

感動&寛大性

美しいものと貴い生命に限りない情熱を抱くショパールは、高貴なオブジェにメゾンならではのエスプリを託して、独特な感動の次元を繰り広げます。その感動は、身に着ける人だけではなく贈る人も共有します。

メゾンが創業以来、重視してきた楽しみや「生きる喜び」といった要素を備えるショパールのクリエイションは、常にポジティブなエネルギーを発散し、お客様の大切な瞬間のお供をします。

人間が内に秘める真の価値を象徴するハートは、ショパールのアイコンックなモチーフ。ハッピーハート コレクションを彩るハートは、メゾンの博愛精神を表しています。

慈善心や奉仕精神、前向きで寛大な姿勢を基盤とし、世界に心を開くショパールの精神はますます広がっていきます。より多くの感動を与えることを目的とし、メゾンはたゆまず地道に取り組んでいます。

企業理念

ショパールにとって正真正銘のラグジュアリーは、事業のあらゆるレベルにおいて、従業員、サプライヤー、お客様、つまりは地球全体に向けた倫理、環境そして社会に対する責任を示します。

メゾンでは、事業への倫理的取り組みを採用し、原材料の原産地や製作方法を管理しています。こうした方針は、ショパールの完全独立型垂直統合によって可能となっています。

企業の社会的責任（CSR）や「サステナブル・ラグジュアリーへの旅」の枠組みにおいて、メゾンは、公正な採掘やエシカルゴールドの使用を徹底するために数々のパートナーシップを締結しています。また、ショパールは数年前から「責任ある宝飾のための協議会（RJC）」の認証を取得しており、グループ企業やサプライチェーンで持続可能な慣行を取り入れています。

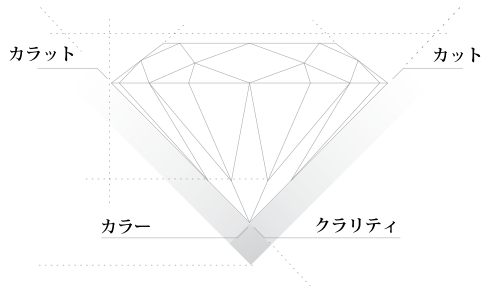
ショパールはこの分野における先駆者として、現代の諸問題に深く関わり、環境そして社会の課題に対して抱く鋭い意識を示しています。ショパールはまた、お客様に関心を持っていただけるよう尽力するとともに、ジュエリー・時計業界がその調達の各段階において影響と透明性を向上させるよう働きかけをしています。

ショパールのダイヤモンド

ダイヤモンドの輝きは、ひとつの神秘。それは、自然とショパールの厳格な基準によって生み出される、永遠の神秘といえるでしょう。宝石の中でも、その永久性と輝きにおいて比類のないダイヤモンドは、最も硬い石でもあります。ものづくりへの厳しい姿勢に見られるのと同様に、ダイヤモンドの選別においても、ショパールは唯一の個性の探求に挑み続けます。

4C

ショパールは、厳格な基準に合う最も美しいダイヤモンドのみを使うことに強いこだわりを持っています。ダイヤモンドの品質は、「4C」として知られる国際基準に基づき、4つの要素を総合的に評価することで定められます。この「4C」とは、カラット（重量）、カラー（色）、クラリティ（透明度）、カットの4つです。さらに、ショパール独自のアプローチや洗練性、類稀な技術を象徴する5つ目の「C」は、まさしくメゾンの頭文字「C」なのです。



カラット

寶石の重さの単位はカラット（1カラット=0.2グラム）です。古の時代、ダイヤモンドの重さをはかるのにイナゴマメ（caroubier）が使われていましたが、その慣例と名前がカラットという単位を生むことになりました。ショパールのソリテールには、0.30カラットからさまざまなカラットのダイヤモンドが使われています。ダイヤモンドの価格はカラット数に応じて高価になりますが、他の「C」の要素が組み合わされて初めて、そこに真の美と価格が与えられるのです。



0.25 cts



0.50 cts



0.75 cts



1.00 ct



1.50 cts



2.00 cts



3.00 cts

カラー

ダイヤモンドは、その白さにより評価されます。最も稀少とされているのは、完全に無色で透明なダイヤモンドです。ホワイトダイヤモンドの色は、完全に無色のDから黄色を帯びたZまで、宝飾界のプロが準拠する国際基準に基づき等級付けられています。ショパールは、最も美しい色のダイヤモンドを使用しています。

D
純粋な無色+E
純粋な無色F
無色+G
無色H
ほぼ無色

クラリティ

ダイヤモンドは、何百万年も前に極端な高温高压の環境で生成された自然の産物です。この結晶化の過程で、不純物が石の中に閉じ込められたのですが、ダイヤモンドの透明度はこの不純物の数とサイズ、およびその性質により決定します。ダイヤモンドは拡大鏡で10倍に拡大して観察され、11のグレードに等級付けられます。ショパールはその中でも、最も透明度の高いものを使用しています。

FL



10倍の拡大で内部外部ともに欠陥が発見できない

IF



10倍の拡大で内部に欠陥が発見できない

VVS₁-VVS₂

(発見困難なごく微小の内包物がある)

VS₁-VS₂

(ごく小さな内包物がある)

SI₁-SI₂

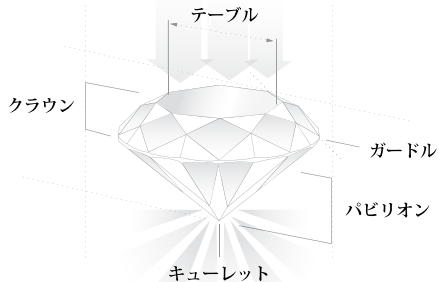
(小さな内包物がある)

I₁-I₂-I₃

(肉眼でも発見できる欠陥がある)

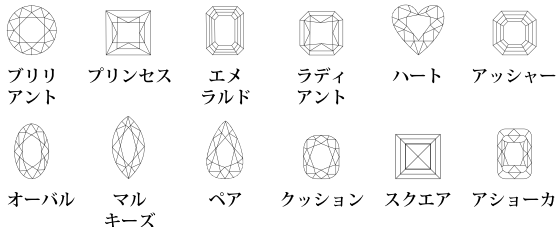
カット

ダイヤモンドは、光をとらえ、反射させて光を創出し、その中で独特の煌きを放ちます。ダイヤモンドにカットを加えると、ブリリアンス（輝き）、ファイアー（光の分散）、シンチレーション（煌き）を強めることができます。「4C」の中でカットは重要な要素のひとつであり、人間の技量によって左右される要素でもあります。カットは才能を持った職人の豊かな経験が必要とし、職人はダイヤモンドを理想のプロポーションにカットすることでそのあらゆる美を引き出します。



ダイヤモンドの形

その美しさを最大限に高めるため、現在に至るまでダイヤモンドには数々の形が生み出されてきました。58ファセットのブリリアントカットは、1919年より最も一般的で古典的なラウンドカットですが、「ファンシーカット」と呼ばれるさまざまなカットが存在し、ショパールのコレクションの中でも使われています。ブリリアント、プリンセス、エメラルド、ラディアント、ハート、アッシャー、オーバル、マルキーズ、ペア、クッション、スクエア、アショーカーなどのさまざまなカットの名前は、その形を暗示させながらも神秘をすべて明かすことなく、輝く想像の世界に扉を開きます。



ダイヤモンドの蛍光性

ダイヤモンドを紫外線に当てると、色のついた光を発するものがあります。この反応を蛍光性と呼びますが、こうした色は紫外線に当たっている時にしか見ることができません。蛍光性の強さはダイヤモンドによりさまざまで、その度合いはnone（無）、faint（弱い）、medium（中）、strong（強い）、very strong（非常に強い）で評価されます。この評価はショパールの鑑定書に記載されています。ショパールは原則として「none」から「faint」の蛍光性を持つダイヤモンドを使用します。このように、最高に美しく高品質のダイヤモンドがひとつひとつ選別されているのです。

ハッピーダイヤモンド

ショパールの「ハッピーダイヤモンド」は、自由に動くムービングダイヤモンドが特徴です。「ハッピーダイヤモンド」は重力に従って動くため、自然損耗にさらされています。そのため、時間の経過とともに、ムービングダイヤモンドの動き方が異なってくることを、予めご了承ください。「ハッピーダイヤモンド」にセットされたムービングダイヤモンドは、絶えず自由自在に動いているため、ご購入後に異なる動きをした場合も製品上の欠陥とは見なされません。

お手入れのアドバイス

ジュエリーの輝きにかげりが見られる場合、あるいはジュエリーの表面に変化が生じた場合、ショパールのサービスセンターにお手入れのサービスをご依頼いただくことをお勧めします。

2枚のガラスの間で可動するパーツ（ダイヤモンド、ゴールドのアルファベットなど）を含むジュエリーにつきましては、防水性を有していませんので、アルコールをベースとした製品（香水、クリームなど）、淡水または海水への浸水は避けてください。

パールにつきましては、柔らかい布を使って汚れを落としていただくことをお勧めします。また定期的な糸の交換も必要です。石鹼や洗剤の使用、化粧品、香水、ヘアラッカーとの接触を避けてください。さらに、超音波機器の使用や直射日光を避け、熱源の近くに置かないようご注意ください。パールを最良の状態に保つため、他のジュエリーとは別に保管してください。

真正性

製品の真正性を証明するため、全コレクションを対象に、個別のシリアルナンバーが記載され、ショパールの記録にも登録されています。



РУССКИЙ

МАСТЕР ЭМОЦИЙ

С 1860 года

С момента своего основания в 1860 году Chopard поддерживает и развивает богатые мастерские традиции, изготавливая притягательные, отвечающие этическим нормам творения в современном стиле, которые неизменно вызывают яркие эмоции. Культивируя позитивное мировоззрение, Дом адресует свои произведения успешным женщинам и мужчинам, для которых часы и украшения – это отражение их умения наслаждаться жизнью.

Дом реализует эту концепцию, на которой основано своеобразие Chopard, опираясь на три ключевых элемента: Качество, обеспечиваемое увлеченными мастерами и экспертами в своей области, непрекращающееся Творчество, благодаря которому каждый найдет идеально подходящий ему аксессуар, и, наконец, Этика. Представители семьи Шойфеле, что управляет Домом из поколения в поколение, убеждены, что современная роскошь должна отвечать принципам этики и социальной и экологической ответственности. В 2013 году эти убеждения побудили сопредседателей Дома, Каролину и Карл-Фридриха

Шойфеле, запустить программу «Путешествие в мир ответственной роскоши». В 2018 году Chopard сообщил, что в рамках этой программы удалось полностью перейти на использование «этического» золота в изготовлении всех часов и ювелирных изделий Дома.

Сегодня независимая семейная компания усиливает вертикальную интеграцию часовых профессий и осуществляет полный контроль за своей производственной цепочкой создания роскоши, от разработки до поступления в продажу. На трех производственных площадках Chopard работают представители более 50 профессий, причем особое внимание уделяется внутреннему обучению и передаче опыта. Коллекция L.U.C, линия эксклюзивных часов для современных джентльменов, превосходно отражает мастерство Chopard в области Высокое часовое искусство. Дом также славится своими невероятными творениями категории Высокое ювелирное искусство – в частности, входящими в коллекции Red Carpet и Green Carpet, а также в уникальную линию Garden of Kalahari. Также репутацию Chopard составляют такие эмблематические линии часов и ювелирных изделий, как Mille Miglia, Happy Diamonds, Happy Sport и Ice Cube.

Увлечения представителей семьи Шойфеле определили престижные партнерства Дома. Так, Chopard является неизменным официальным партнером Каннского фестиваля начиная с 1998 года и официальным хронометристом знаменитой итальянской автогонки классических автомобилей 1000 Miglia с 1988 года.

СЕМЕЙНЫЙ ДУХ

Принцип семейственности, лежащий в основе компании Chopard, определяет все ее прошлое и настоящее. Семейственность была, есть и будет фундаментальной ценностью Дома. Семья Шойфеле, принявшая бразды правления компанией от семьи Шопар, стала ее объединяющим началом. Опираясь на силу родственных уз, представители семейной династии реализуют последовательный и плодотворный подход к развитию компании. Семейный дух диктует верность традициям и сохранение основополагающих ценностей, которые, передаваясь из поколения в поколение, обусловили как историю Дома, так и его настоящее. Семейный характер предприятия также проявляется в ориентации на человеческий фактор во внутренней и во внешней политике.

МАСТЕРСТВО И НЕЗАВИСИМОСТЬ

Принцип независимости определяет стратегию развития Дома с момента его основания. Это стало возможным благодаря тому, что уставным капиталом компании владеют члены одной семьи. Следствием этого, в частности, является вертикальная организация производства, одна из самых совершенных в нашей отрасли. Так, любое изделие Chopard полностью изготовлено в одном из трех наших производственных центров – редкий случай в часовой индустрии. Такая политика органично связана с нашими традициями мастерства.

Сегодня в мастерских Дома применяется более 50 техник, в том числе самых сложных и редких. Они создают условия для независимого творческого поиска в сочетании с постоянным стремлением к совершенству, гарантированному самыми высокими стандартами качества.

ТВОРЧЕСКАЯ СМЕЛОСТЬ

Инновационный и оригинальный характер творений Chopard объясняется смелым творческим духом, царящим в стенах Дома. Он рождается на стыке энтузиазма и вдохновенного труда в динамичной рабочей атмосфере, где тон задают настойчивость, целеустремленность, готовность к риску и настрой на успех.

Эти ценности определяют предпринимательский дух Дома наряду с желанием идти вперед, к новым сопряженным с риском свершениям и производственным проектам, таким как создание Мануфактуры Chopard. Они также находят воплощение в эстетическом видении марки, которое сформировалось под влиянием вкусов, талантов и увлечений представителей семьи Шойфеле и объединяет историческое наследие и устремленность в будущее.

В техническом плане творческая смелость Chopard ярко проявляется в активной деятельности отдела исследований и разработок, специалисты которого работают над разработкой новых технологичных решений и материалов, ранее не применявшихся в часовой индустрии.

ЭМОЦИИ И БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

Движимый стремлением к красоте и любовью к жизни, Дом Chopard неизменно ассоциируется с яркими эмоциями, которые пронизывают философию бренда и его драгоценные коллекции. Сильный эмоциональный отклик возникает не только в душе получателя произведения Chopard, но и того, кто преподносит его в подарок.

Удовольствие и радость жизни являются неотъемлемой частью мира, созданного Домом. Позитивная энергия, излучаемая его творениями, сопровождает владельцев творений Chopard в самые значительные моменты их жизни.

Chopard признает непреходящую ценность каждого человека, которую символизирует сердце – легендарный мотив Chopard в основе коллекции Harry Hearts, олицетворяющей активную благотворительную политику компании.

Альтруизм, щедрость и позитивный настрой органично сочетаются с открытостью Дома Chopard миру и его стремлением расширить сферу своего влияния. Все это создает идеальные условия для того, чтобы компания Chopard с успехом выполняла свою главную задачу: порождать положительные эмоции каждый день.

ЭТИКА

Для Chopard подлинная роскошь неразрывно связана с неукоснительным соблюдением этических норм, а также с экологической и социальной ответственностью во всех аспектах деятельности компании, включая отношение к сотрудникам, поставщикам, клиентам и к самой планете.

Дом придерживается этического подхода к ведению бизнеса, что подразумевает строгий контроль происхождения сырья и способов производства. Следование этой стратегии стало возможным благодаря абсолютной независимости и вертикальной интеграции компании Chopard. В рамках политики Корпоративной социальной ответственности и программы «Путешествие в мир ответственной роскоши» Дом заключил партнерские соглашения с рядом поставщиков, занимающихся ответственной добычей сырья, и взял на себя обязательство по использованию исключительно этического золота. Получив несколько лет назад сертификат соответствия RJC (Responsible Jewellery Council – Совет по ответственной ювелирной практике), Дом внедряет принципы устойчивого развития во всех своих подразделениях и цепочках поставок.

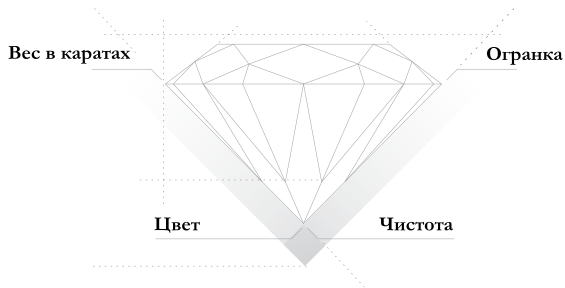
Chopard, один из пионеров в области ответственного предпринимательства, принимает активное участие в решении актуальных проблем и осознает масштаб социальных и экологических вызовов современности. Поэтому Дом стремится повышать уровень информированности каждого конечного клиента и призывает всех участников индустрии совершенствовать механизмы поставок и устанавливать более строгие требования к производству на всех уровнях. Дом Chopard ведет разъяснительную работу среди своих клиентов и стремится к тому, чтобы в часовых и ювелирных производствах применялся принцип прозрачности к цепочкам поставок.

БРИЛЛИАНТЫ CHOPARD

В переливах граней бриллиантов раскрывается тайна бесконечного совершенства самой природы и исключительного мастерства Chopard. Бриллиант, наиболее восхитительный из всех драгоценных камней, отличается своей несравненной твердостью. Chopard подходит с исключительным профессионализмом как к подбору бриллиантов, так и к их обработке.

«4C»

Дом Chopard гордится тем, что для своих ювелирных изделий он тщательно отбирает самые лучшие бриллианты. Качество драгоценных камней определяется совокупностью четырех критериев («4C»), признанных на международном уровне: вес в каратах (carat weight), цвет (color), чистота (clarity) и огранка (cut). Уникальный подход к своему делу, неповторимое изящество творений Мануфактуры и ее непревзойденное мастерство составляют пятый критерий качества Chopard.



Вес в каратах

Вес драгоценного камня измеряется в каратах (один карат равняется 0,2 г). В древности для взвешивания бриллиантов использовались семена рожкового дерева. Такая практика и греческое название дерева (ceration) легли в основу термина «карат». Chopard предлагает бриллианты-солитеры самого разного каратного веса начиная от 0,3 карата. Стоимость бриллианта возрастает в зависимости от его каратного веса, а его привлекательность и ценность определяются сочетанием с другими критериями.



Цвет

Качество бриллианта также определяется степенью его белизны. Наиболее ценные камни отличаются полной бесцветностью и прозрачностью. Оттенки бриллиантов чистой воды определяются по принятой среди специалистов международной шкале: буква D характеризует исключительно белые камни, а Z – бриллианты, обладающие определенным цветовым нюансом.



Чистота

Алмазы, сформировавшиеся в недрах Земли миллионы лет назад при определенной температуре и давлении, являются уникальным творением природы. В ходе кристаллизации алмазов в них появляются включения. Чистота бриллианта зависит от количества, размера и природы этих включений. После изучения под микроскопом с 10-кратным увеличением драгоценные камни распределяются по 11 официально признанным категориям. Chopard отбирает для своих изделий бриллианты исключительной чистоты.

FL



(Абсолютно чистый камень)

IF



(Никаких внутренних включений)

VVS₁-VVS₂



(Крайне мелкие включения)

VS₁-VS₂



(Очень мелкие включения)

SI₁-SI₂



(Мелкие включения)

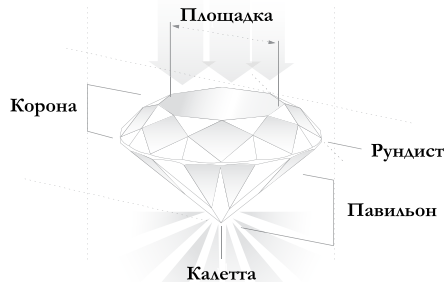
I₁-I₂-I₃



(Включения, заметные невооруженным глазом)

Огранка

Красота бриллианта определяется особенностями игры света на его гранях, а также степенью его поглощения и отражения. При огранке бриллианта мастера максимально подчеркивают его сияние, свечение и блеск. Огранка является одним из основных критериев качества в системе «4C» и единственным фактором, зависящим от мастерства человека. Для получения граней идеальных пропорций требуются необыкновенное мастерство и опыт, которые позволяют раскрыть всю красоту камня.



Формы бриллиантов

На протяжении долгих десятилетий ювелиры подвергали бриллианты различным видам огранки с целью подчеркнуть величие камня. С 1919 года наибольшей популярностью пользуется классическая круглая огранка бриллианта, насчитывающая 58 граней. Однако существует большое количество других, так называемых «фантазийных» видов огранки, в частности, представленных в коллекциях Chopard: «маркиза», грушевидная огранка, «подушечка», Asscher, «принцесса», радиант, Ashoka, бриолет, изумрудная огранка, сердце, круглая, овальная огранка и т. д. Эти названия, зачастую отражающие геометрическую форму бриллиантов, пронизаны неуловимой тайной и неиссякаемой творческой фантазией.



Классическая



«Принцесса»



Изумрудная



Радиянт



Сердце



Asscher



Овальная



«Маркиза»



Грушевидная



«Подушечка»



Квадратная



Ashoka

Свечение бриллиантов

Некоторые из бриллиантов обладают способностью излучать цветной свет при попадании на их поверхность ультрафиолетовых лучей. Данный феномен, проявляющийся исключительно под воздействием источника УФ-излучения, носит название свечения и классифицируется по степени выраженности: none (нулевое), faint (слабое), medium (среднее), strong (сильное), very strong (очень сильное).

Степень свечения указана в сертификате, прилагающемся к нашим ювелирным изделиям. Chopard, как правило, отдает предпочтение бриллиантам с нулевой и слабой степенью свечения. Каждый из драгоценных камней отбирается в зависимости от степени его красоты и качественных характеристик.

Happy Diamonds

Конструкция подвижного модуля Happy Diamonds обеспечивает свободное движение бриллиантов, которое имеет свои особенности в каждом изделии Chopard. Работа модуля Happy Diamonds подчиняется законам гравитации, а сам модуль подвергается износу в процессе ношения

изделия. Иногда в ходе жизненного цикла Вашего изделия Chopard Вы можете заметить, что движение модуля Harry Diamonds изменилось. Изменения в работе модуля Harry Diamonds, такие как его падение, прекращение постоянного вращения или отличное от момента приобретения движение не являются производственным дефектом.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО УХОДУ

В случае потери блеска бриллианта или нарушения гладкости его поверхности рекомендуем Вам обращаться в аккредитованный сервисный центр Chopard.

Ювелирные украшения с подвижными элементами, такими как расположенные между двумя стеклами бриллианты или золотые буквы, не являются водонепроницаемыми.

В связи с этим рекомендуется избегать контакта таких изделий со спиртосодержащими средствами (туалетная вода, крем и пр.), а также их погружения в пресную или морскую воду.

Что касается жемчуга, его следует чистить мягкой тканью и регулярно прибегать к процедуре повторного нанизывания. Следует избегать контакта жемчуга с мылом или другими моющими средствами, а также с

косметической продукцией, туалетной водой и лаком для волос.

Жемчуг не рекомендуется подвергать воздействию ультразвука, солнечных лучей или источника тепла: это может привести к высыханию перламутра и появлению трещинок. Для лучшей сохранности изделия из жемчуга следует хранить отдельно от других украшений.

ПОДЛИННОСТЬ

Гарантией подлинности изделия, принадлежащего к любой из наших коллекций, является индивидуальный серийный номер, выгравированный на каждом изделии и занесенный в нашу базу данных.



عربي

إرشادات الصيانة

للحفاظ على مجوهراتك، ننصحك باستشارة مركز خدمة شوبارد المعتمد بانتظام عندما تبدأ بفقدان بريقها أو عند تلف سطحها.

بالنسبة لقطع المجوهرات التي تتضمن عناصر متحركة (كالماس أو الرموز من الذهب، الخ...) بين بلورة وأخرى، نوصيك بتفادي تعريض المجوهرات إلى المنتجات والمواد التي تحتوي على الكحول (العطور والكريمات، الخ..)، وبتفادي إدخالها في المياه العذبة أو المالحة، لأن هذه المجوهرات لا تضمن مقاومة تسرب الماء.

فيما يخص اللآلئ، نوصيك بتنظيفها بقطعة قماش ناعمة. كما نوصيك أيضا بإعادة ربطها بانتظام. ننصحك بعدم استخدام الصابون أو المنظفات وتجنب تماما مستحضرات التجميل والعطور أو مثبتات الشعر.

لا تتحمل اللآلئ آلات الموجات فوق الصوتية، وكذا التعرض لأشعة الشمس أو الحرارة، لأن هذا قد يسبب تجفف وتكسر اللؤلؤ. لحماية أفضل للآلئ، يجب إبقاؤها منفصلة عن غيرها من المجوهرات.

الأصالة

لضمان أصالة كل قطعة، أيا كانت المجموعة التي تنتمي إليها، يُنقش رقم مرجعي فردي وتسللي على كل واحدة منها ويسجل في وثائق الأرشيف.

أشكال الماس

شهد الماس العديد من أشكال القطع في التاريخ، كلها تهدف إلى تعزيز جماله. أصبح، منذ عام 1919، قطع بريانت ذو 58 وجهها الشكل الدائري التقليدي الأكثر شيوعاً. ولكن هناك العديد من أنواع القطع «fancy-cuts» والمتوفرة في مجموعات شوبارد: بريانت، برينساس، زمرد، رادينت، قلب، أشار، بيضاوي، ماركيز، كمثري، وسادة، مربع، أشوكا. أسماء تفضي أحياناً إلى تخمين شكل الماس الهندسي دون الكشف عن سره، وتفتح المجال لخيال متألئ.

فلورية الماس

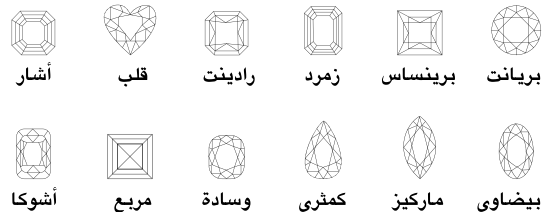
تنبعث من بعض الماسات عند تعرضها للأشعة فوق البنفسجية ضوءاً ملوناً. يسمى هذا التفاعل بالفلورية ولا يمكن رؤيته إلا عند التعرض لمصدر الطاقة هذا.

تختلف الفلورية من حيث الإضاءة ويمكن أن تكون تدريجية وفقاً للسلم التالي: منعدمة (none)، خافتة (faint)، متوسطة (medium)، قوية (strong)، قوية جداً (very strong).

إن هذه المعلومات مسجلة على شهادات ماس الدار. بشكل عام، لا تستخدم شوبارد إلا الماس الذي تكون درجة فلوريتها بين «منعدمة» و«خافتة». ينتقى كل حجر على حدة حتى لا تقدم إلا الأحجار الأكثر جمالاً والأعلى جودة.

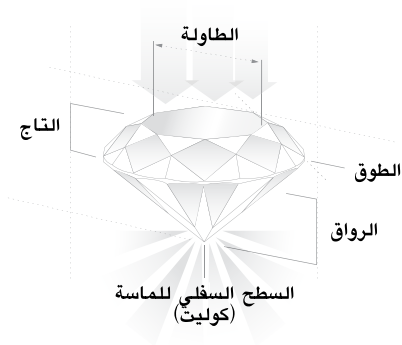
Happy Diamonds

صممت الماسات المتحركة Happy Diamonds لتدور بشكل عشوائي وبكل حرية في كل منتج من منتجات شوبارد. وتخضع هذه الماسات لقوانين الجاذبية ولنتائج التقادم العادي للمنتج. لذا، قد تتحرك الماسات المتحركة Happy Diamonds بطرق مختلفة طيلة حياة منتج شوبارد. فلا يعتبر سقوط الماسات المتحركة Happy Diamonds أو توقفها عن الدوران أو تحركها بشكل مغاير لما كان عليه الحال في زمن شراء المنتج عيباً في التصنيع.









القطع

يكشف الماس عن توهجه في تفاعله مع الضوء وطريقة التقاطه وعكسه. يبرز قطع الماس لمعانه وتوهجه وتألؤه. يعد القطع أحد أهم معايير الجودة الأساسية والمعياري الوحيد الذي تؤثر عليه اليد البشرية. إنه يتطلب خبرة حرفي من ذوي المهارات العالية لكي يقوم بنحته بالأحجام المثالية والكشف بالتالي عن كامل جماله.



النقاوة

إنّ الماس هو من عمل الطبيعة، إذ تشكل منذ ملايين السنين وخضع لأقصى درجات الحرارة والضغط. وتتشكل شوائب في الحجر خلال عملية البلورة هذه. تعتمد نقاوة الماس على عدد هذه العناصر وأحجامها وطبيعتها. بعد أن يقيمها حرفي بعدسة مكبرة بـ 10 أضعاف، تصنف الأحجار إلى 11 فئة رسمية، وتنتقي شوبارد من بينها الأحجار ذات النقاوة الاستثنائية.

VVS ₁ -VVS ₂	IF	FL
		
(جزيئات دخيلة صغيرة للغاية)	(خالية من الشوائب الظاهرة)	(خالية من أي عيب ظاهر تحت العدسة المكبرة (نقاوة تامة))
I ₁ -I ₂ -I ₃	SI ₁ -SI ₂	VS ₁ -VS ₂
		
(يشوبها عيب ظاهر)	(جزيئات دخيلة صغيرة)	(جزيئات دخيلة صغيرة جدا)

القيراط

إنَّ القيراط هو وحدة القياس المستعملة لوزن الأحجار الكريمة، وهو ما يعادل 0.20 غرام. كانت بذور الخروب تستخدم قديما لوزن الماس إذ يعود اسم القيراط الحالي إلى هذا الاسم وهذه الممارسة. تقترح شوبارد ابتداء من 0.30 قيراطا تشكيلة واسعة من الأوزان لخواتم السوليتير. إذا زاد سعر الماس حسب القيراط، فإن اجتماع المعايير الأخرى هو ما يعطيه جماله وقيمته.

اللون

تعتمد جودة الماس أيضا على بياضه. تكون الأحجار النادرة عديمة اللون تماما أو شفافة. تصنف ألوان الماسات البيضاء حسب سلم تصنيف عالمي يستخدم في المهنة، من الصنف D ذو البياض الاستثنائي إلى الصنف Z ذو اللون الباهت. تنتقي شوبارد أحجارها من بين أفضل الألوان.



F
أبيض ناصع +



E
أبيض
استثنائي



D
أبيض
+ استثنائي



H
أبيض



G
أبيض ناصع



1.00 قيراط



0.75 قيراط



0.50 قيراط



0.25 قيراط



3.00 قيراط



2.00 قيراط



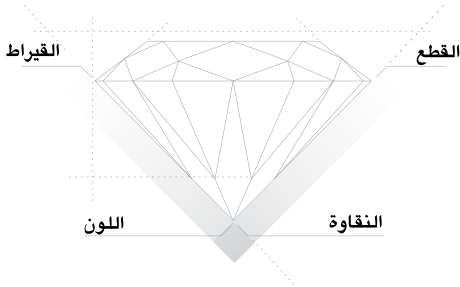
1.50 قيراط

ماس شوبارد

يبقى تآلق الماس لغزا، يتصف بالكمال الخالد. شكلته الطبيعة ورصعته شوبارد وفقا لمعايير التميز. إن الماس غير قابل للتغيير وهو أكثر الأحجار الكريمة لمعانا وأكثرها صلابة. ترفع شوبارد تحدي التميز من خلال انتقاء الماس ونحته.

المعايير الأربعة

تسعى شوبارد للعمل حصريا بأجمل الماسات التي تخضع لانتقاء صارم فقط. تعتمد جودة الحجاره باجتماع معايير أربعة وفقا للمرجع الدولي للمعايير الأربعة «4C»: القيراط (carat)، اللون (colour)، النقاوة (clarity)، القطع (cut). يستدعي نهج المصنع الجنيبي الفريد وأناقته معيارا خامسا ألا وهو الحرف الأول «C» من اسم شوبارد «Chopard».



الأخلاقيات

بالنسبة إلى شوبارد، تعتبر الرفاهية الأصيلة مرادفًا للأخلاق والمسؤولية البيئية والاجتماعية، على جميع مستويات نشاطها وتجاه جميع موظفيها ومورديها وعملائها، وبالطبع تجاه كوكب الأرض نفسه. تتبنى الدار نهجًا أخلاقيًا في أنشطتها، والذي يتضمن التحقق والتحكم في منشأ المواد الخام وكذلك طرق الإنتاج. أصبحت هذه الاستراتيجية ممكنة بفضل الاستقلال التام والتكامل الأفقي لدار شوبارد.

في إطار سياسة المسؤولية الاجتماعية للشركات (RSE) و«رحلة نحو الرفاهية المستدامة»، تلتزم الدار بالعديد من الشراكات من أجل عملية استخراج المعادن بطريقة مسؤولة، واستخدام الذهب الأخلاقي فقط. حصلت الدار على شهادة (RJC) Responsible Jewellery Council منذ عدة سنوات، وذلك من خلال دمج ممارسات الاستدامة في كياناتها وكذلك في سلاسل التوريد الخاصة بها.

تُظهر شوبارد، باعتبارها رائدة في هذا المجال، مشاركتها القوية في القضايا الحالية ووعيها العميق بالتحديات الاجتماعية والبيئية. لذلك تعمل الدار على تحسين العملاء وتسعى جاهدة إلى ضمان تحسين صناعة المجوهرات والساعات لتأثيرها وشفافية سلاسل التوريد الخاصة بها.

الجرأة والإبداع

يعدّ كل من الجرأة والإبداع مصدر الابتكار والأصالة لدى شوبارد. فهما يلتقيان ويندمجان معاً عندما يتم الجمع بين العمل والإلهام كقوة دافعة، وهو ما يعزز المثابرة والتصميم اللذين يظهران في الواقع اليومي النابض بالحياة للدار وسلوكها المحب للفوز والمغامرة وثقافة الشجاعة.

تحديد هذه القيم بعد ريادة الأعمال إلى جانب العزم على المضي قدماً لمواجهة تحديات جديدة، بما في ذلك المشاريع الصناعية مثل إنشاء مصنع شوبارد، وتضفي بعداً فنياً يحتضن التراث ويتطلع باستمرار إلى المستقبل في الآن ذاته، بقيادة ذوق وشغف ومواهب عائلة شوفل.

من خلال مقارنة ديناميكية لأحدث الأبحاث والتطوير تعمل على استكشاف وتطوير العمليات والمواد بشكل غير مسبوق، فإن جرأة شوبارد الإبداعية تدفع نحو بعد تقني جديد.

العاطفة والسخاء

تنقل شوبارد بدافع من شغف لا محدود بالجمال والحياة بعدا عاطفيا فريدا من نوعه من خلال روح الدار ذاتها وكذلك في ابداعاتها الثمينة. وينطبق الأمر على من يهدي القطعة أو من يرتديها على حد سواء. إن المتعة وبهجة الحياة جزء لا يتجزأ من الدار ويضمنان اشعاع إبداعات شوبارد لطاقة إيجابية ترافق الحرفاء في أروع لحظات حياتهم.

ويرمز القلب إلى الاعتراف بالقيمة الذاتية الجوهريّة وبقيمة الآخرين، ويضفي شعار شوبارد الأيفونّي الحياة على مجموعة Happy Hearts ويجسد السياسة الخيرية النشطة للغاية للدار.

يساهم الإحسان والإيثار والإيجابية والسخاء بلا شك في تعزيز روح شوبارد للانفتاح على العالم وبحثها عن مجال تأثير أوسع نطاقاً. وفي هذا السياق، تلتزم الدار كل يوم بتوليد المزيد من المشاعر.

روح العائلة

توجد العائلة في صميم شوبارد وتمثّل أسسها وتاريخها وتجسيدها المعاصر: فهي بطلته ووريثته الدار - أمس واليوم وغداً. تجسّد عائلة شوفل، خليفة عائلة شوبارد، الأسطورة المؤسّسة والرمز الموحد للدار. ويعبّر أفرادها عن قوّة القرابة والتضامن والقدرة على تطوير الشركة بطريقة دائمة وثابتة ومثمرة. ترمز روح العائلة إلى احترام التقاليد من خلال إبراز استمرارية جذور الشركة على مرّ تاريخها وفي الوقت الراهن؛ وعلى مدى أجيال عدّة. وتجسّد هذه الروح نفسها البعد الإنساني الذي يحكم العلاقات الداخلية والخارجية.

الحرفية والاستقلالية

لقد كانت استقلالية الدار الدافع الأساسي لاستراتيجيتها التنموية منذ نشأتها، وهي مقاربة أصبحت ممكنة من خلال هيكل مساهمة عائلية. ويتبيّن ذلك من خلال أعلى مستوى من التكامل العمودي في صناعة الساعات. فكل ما تسوّقه شوبارد مصنوع في أحد مواقع إنتاجها الثلاثة، وهي ظاهرة فريدة في المهنة. وتطبّق هذه السياسة بالتوازي مع ثقافة الحرفية.

فاليوم، تتقن ورشاتها ما يزيد عن 50 حرفة، بما في ذلك بعض أندر المهارات وأكثرها تعقيداً. وهو ما يسمح بالحصول على تعبير إبداعي أكثر حرية وأكثر تجديداً، إلى جانب السعي الدائم نحو التميّز، وبالتالي ضمان أعلى معايير الجودة.

صانع المشاعر

منذ 1860

منذ إنشائها في عام 1860، رسخت شوبارد تراثًا غنيًا بالتقاليد والخبرة الحرفية، وشكلت إبداعات بسحر معاصر مرادف للأخلاق والعواطف. مدفوعة برؤية إيجابية للعالم، تحتفي الدار باللحظات الثمينة لنساء ورجال متحمسين تسهم الساعات والمجوهرات في إدامة بهجة الحياة في كل لحظة.

انسجامًا مع هذه الرؤية التي تصوغ هويتها، تعمل شوبارد من منظور ثلاثة عناصر أساسية: الحرفية الجيدة، التي يضمنها عمل حرفيين شغوفين وخبراء في تخصصاتهم؛ الإبداع الوافر والسخي الذي يسمح للجَميع بالعثور على الأشياء الثمينة التي تناسبهم؛ وأخيرًا الأخلاقيات. وانطلاقًا من هذا الواقع، فإن عائلة شوفل، التي تدير الدار جيلًا بعد جيل، تؤمن إيمانًا راسخًا بأن الرفاهية المعاصرة لا يمكن إلا أن تكون مسؤولة وأخلاقية. في عام 2013، دفع هذا المعتقد الراسخ، كارولين وكارل فريديريش شوفل، رئيسي الدار بالشراكة، إلى الشروع في رحلة نحو الرفاهية المستدامة. في عام 2018، أعلنت شوبارد أيضًا عن إنجاز كبير في إطار هذا البرنامج: استخدام الذهب الأخلاقي 100% في إنتاج جميع ساعاتها ومجوهراتها.

واليوم تتحكّم الدار، كشركة عائلية ومستقلة تتمتع بتكامل أفقي هام، في عملية إنتاجها بالكامل، ابتداءً من التصميم ووصولاً إلى التوزيع. وتضمّ مواقع إنتاجها الثلاثة أكثر من 50 مهنة، وتولي أهمية كبيرة للتدريب الداخلي ونقل المعرفة. وتؤكد مجموعة L.U.C، وهي مجموعة استثنائية من الساعات للسادة المعاصرين، على خبرة شوبارد في مجال صناعة الساعات الفاخرة. كما اشتهرت الدار في مجال المجوهرات الراقية بإبداعات لا مثيل لها لا سيما مجموعات Red Carpet، Green Carpet وأيضا مجموعة Garden of Kalahari الاستثنائية. وقد ذاع صيت شوبارد بفضل مجموعات أيقونية من الساعات والمجوهرات التي تجسدها Mille Miglia و Happy Diamonds و Happy Sport و Ice Cube.

بدافع من مشاعر كل فرد من أفراد عائلة شوفل، تعيش الدار على إيقاع شراكاتها الرسمية المرموقة. فهي الشريك الوفي والرسمي لمهرجان كان السينمائي منذ عام 1998، وهي أيضا ضابط الوقت الرسمي لسباق السيارات الإيطالي Mille Miglia (الألف ميل) الأسطوري منذ عام 1988.



CHOPARD AROUND THE WORLD

CHOPARD AROUND THE WORLD

EUROPE

**LE PETIT-FILS DE
L.U. CHOPARD & CIE S.A.**

Headquarters
8, rue de Veyrot
1217 Meyrin 1 – Geneva
SWITZERLAND
Tel. +41 22 719 31 31
Fax +41 22 719 31 35

**CHOPARD
DEUTSCHLAND GMBH**

Carl-Benz-Strasse 1
75217 Birkenfeld
GERMANY
Tel. +49 7231 48 67
Fax +49 7231 486 88 08

**LE PETIT-FILS DE
L.U. CHOPARD FRANCE
SAS**

100, rue du Faubourg
Saint-Honoré
75008 Paris
FRANCE
Tel. +33 1 42 68 80 30
Fax +33 1 42 68 07 31

**CHOPARD
(GREAT BRITAIN) LTD.**

28 Welbeck Street
London W1G 8EW
UNITED KINGDOM
Tel. +44 20 7467 4200
Fax +44 20 7467 4291

CHOPARD ITALIA S.R.L

Via Lungarno Vespucci 8
50123 Firenze
ITALY
Tel. +39 055 21 31 15
Fax +39 055 26 86 17

**CHOPARD
UHRENHANDELS GMBH**

Am Kohlmarkt 16
1010 Vienna
AUSTRIA
Tel. +43 1 533 71 97
Fax +43 1 533 719 714

AMERICAS

CHOPARD USA LTD., INC.

75 Valencia Ave.,
Suite 1200
Coral Gables, FL 33134
UNITED STATES

Service Center (Suite 900)
Fax +1 305 774 0084

AUSTRALIA

**CHOPARD AUSTRALIA
PTY LTD**

119 King Street
Sydney, NSW 2000
Australia
Tel. +61 4168 2 5211

CHOPARD AROUND THE WORLD

FAR EAST

CHOPARD (ASIA) PTE LTD.

302, Orchard Road
#13-01 Tong Building
Singapore 238862
SINGAPORE
Tel. +65 6333 0801
Fax +65 6333 0803

CHOPARD HONG KONG LTD.

Units 2204-06, Tower 1
The Gateway, Harbour City
25 Canton Road, TST
Kowloon, Hong Kong SAR
CHINA
Tel. +852 3406 9300
Fax +852 3406 9333

CHOPARD JAPAN LTD.

Chopard Bldg
2-4-14 Ginza Chuo-ku
Tokyo 104-0061
JAPAN
Tel. +81 3 5524 8975
Fax +81 3 5524 8973

CHOPARD (MALAYSIA) SDN. BHD.

Suite 04-02, 4th Floor
Menara Keck Seng
203 Jalan Bukit Bintang
55100 Kuala Lumpur
MALAYSIA
Tel. +60 3 2148 6843
Fax +60 3 2148 6839

MIDDLE EAST

CHOPARD MIDDLE EAST FZ-LLC

Bldg. #8, Office 505
Dubai Design District
PO Box 333214
Dubai, UAE
Tel. +971 4 554 15 00
Fax +971 4 277 65 21

CHOPARD TRADING (SHANGHAI) CO., LTD.

Shanghai Office
Room 5706-5712, 57/F
Plaza 66 Office Tower 1
1266 Nanjing Road West
Shanghai, 200040
CHINA
Tel. +86-21 6136 7800
Fax +86-21 6136 7899

CHOPARD TRADING (SHANGHAI) CO., LTD.

Beijing Office
Unit 15-16, 17/F,
China World Office 1
No. 1 Jianguomenwai Avenue
Chaoyang District, Beijing
100004
CHINA
Tel. +86 10 5986 2400
Fax +86 10 5986 2499

The trademarks, the corporate names, as well as all the designs of Chopard watch, jewellery and accessory models are the exclusive property of Chopard. Any imitations or counterfeits will be prosecuted. The creations in this document are not reproduced to exact size.

COLLECTION JEWELS

Instruction Manual – 94104-0559

© LE PETIT-FILS DE L.U. CHOPARD & CIE SA

8, RUE DE VEYROT – 1217 MEYRIN 1 – GENEVA – SWITZERLAND

TEL +41 22 719 31 31 – FAX +41 22 719 31 35

WWW.CHOPARD.COM

PRINTED IN SWITZERLAND, 2023

Since 2010 Chopard is a proud Member of the Responsible Jewellery Council (RJC), a not-for-profit organisation promoting ethical, social and environmental practices throughout the entire supply chain.

