

Innovative Design for Museums

Diseño innovador para museos

John French, Director and Chairman of Click Netherfield Ltd., one of the world's leading international museum showcase manufacturers, reflects on the use of anti-reflective glass in displays in museums.

John French, Director y Presidente de Click Netherfield Ltd., uno de los principales fabricantes de vitrinas del mundo, nos habla sobre la utilización del vidrio antirreflectante en los museos.

CHRISTINE FUHR

solutions: Mr. French, please say a few words about your company.

French: We are an innovative company that focuses on manufacturing museum display cases and design solutions.

solutions: What do you consider to be your most important success factors?

French: Because we have such a narrow focus, we have become very good at what we do. In addition, we operate internationally and our showcases can be found in more than 50 countries all over the world. Another important reason why we are so successful is that we work together with some of the world's best architects and designers, Jean-Michel Wilmotte, Ieoh Ming Pei, Frank Gehry and Norman Foster, to name only a few.

solutions: Can you please describe a few of the most recent projects that you're particularly proud of?

French: Our top projects have definitely been the Museum of Islamic Art in Doha, Qatar, designed by Jean-Michel Wilmotte, the Art Gallery of Ontario in Toronto that was designed by Frank Gehry and the Leeds City Museum in the UK. We are currently working on the Ulster Provincial Museum and a project in Anchorage, Alaska.

solutions: Has Click Netherfield ever been presented with awards over the years?

French: Yes, we've received quite a few: the British Design Award, the Best Business in Scotland Award, and the Queen's Award for International Trade, the highest business award in the UK, only last year.

solutions: Sr. French, describámos por favor su empresa.

French: Somos una compañía innovadora, especializada en la fabricación de vitrinas y en soluciones de diseño.

solutions: ¿Cuáles son, en su opinión, los factores importantes para alcanzar el éxito?



Photo | Foto: SCHOTT/A. Sell

solutions: What were the main challenges you faced with the ambitious project in Qatar?

French: The Doha project that actually started in 2005 required the largest financial commitment that our company has ever undertaken. Jean-Michel Wilmotte, who was the

“Our recipe for success is that we cooperate with some of the world's best architects and designers.”

“Nuestra receta para el éxito es que colaboramos con algunos de los mejores arquitectos y diseñadores del mundo.”

French: Operamos en un campo claramente delimitado, en el que somos expertos. Además, Click Netherfield mantiene una presencia internacional: nuestras vitrinas se pueden encontrar en más de 50 países. Otra razón importante de nuestro éxito es que colaboramos con algunos de los mejores arquitectos y diseñadores del mundo, p.ej. Jean-Michel Wilmotte, Ieoh Ming Pei, Frank Gehry y Norman Foster.

solutions: ¿De qué proyectos recientes está especialmente orgulloso?

interior designer, also proposed some very innovative solutions that we then had to develop into engineering solutions. Nevertheless, the main challenge was really one of scale.

solutions: For example?

French: The project included 410 showcases and 18 different types of cases. The largest case is as big as a whole room: ten meters long, five meters high, and three meters deep. And, of course, the shipping and logistics challenges were unheard of. We had more than 200 tons

French: Entre los más importantes están definitivamente el Museo de Arte Islámico de Doha (Qatar), diseñado por Jean-Michel Wilmotte, la Galería de Arte de Ontario, en Toronto, diseñada por Frank Gehry, y el Museo Municipal de Leeds, en Gran Bretaña. Ahora estamos trabajando en un encargo del Museo Provincial del Ulster y en un proyecto en Anchorage, Alaska.

solutions: ¿Ha recibido Click Netherfield algún premio por su labor en todos estos años?

French: Sí, nos han concedido varios: el 'British Design Award', el 'Best Business in Scotland Award' y el año pasado incluso el 'Queen's Award for International Trade', que es el premio empresarial más importante de Gran Bretaña.

solutions: ¿Qué lugar ocupa el exigente proyecto de Qatar dentro de su ranking particular?

French: El proyecto de Doha, iniciado en 2005, ha representado el mayor compromiso financiero en el que hemos incurrido en toda la historia de nuestra empresa. El arquitecto de interiores Jean-Michel Wilmotte tenía ideas

of anti-reflective glass and more than 350 tons of steel that had to be imported into Qatar.

solutions: What actually convinced you to involve SCHOTT in this prestigious project?

French: We had already been working with the company on the fiber optics and glass side for around ten years and therefore knew we had found a reliable partner. So, when it came to the Doha project, we were comfortable with the relationship and completely convinced of the quality of this product.

solutions: At what point did you decide to use the anti-reflective glass Amiran® from SCHOTT?

French: From the very start, to be honest. We selected Amiran®, because it is truly the best. By that, I mean that it has the best wearing properties of any of the low reflective types of glass. For a project of this scale, one really has no choice, but to go for the best.

solutions: What types of innovations are you using Amiran® for?

French: One innovation that is quite worth mentioning is the first configurable showcase

hasta Qatar más de 200 t de vidrio antirreflejante y más de 350 t de acero!

solutions: ¿Por qué han acudido a SCHOTT para este prestigioso proyecto?

French: Llevábamos unos 10 años colaborando con SCHOTT en el ámbito del vidrio y de la óptica de fibras y estábamos convencidos de poder contar con un partner fiable, que suministra productos de alta calidad.

solutions: ¿En qué momento decidieron utilizar el vidrio antirreflejante Amiran® de SCHOTT?

French: Para serle sincero, desde el mismo principio. Elegimos Amiran®, porque es sin duda el mejor, es decir, que presenta las mejores características de desgaste de todos los tipos de vidrio de bajo nivel de reflexiones. Para un proyecto de esta magnitud no queda otra opción que utilizar productos punteros.

solutions: ¿En cuáles de sus nuevos productos emplean Amiran®?

French: Una de nuestras novedades que merece ser destacada es la primera vitrina configurable, denominada "Evolution". En ella se em-



Photos | Fotos : Click Netherfield

muy innovadoras, para las que tuvimos que desarrollar soluciones de diseño espaciales. Pero el mayor reto lo representó la escala en sí del proyecto.

solutions: ¿En qué sentido?

French: El proyecto incluía 410 vitrinas y 18 tipos distintos de expositores. La vitrina más grande tiene el tamaño de una habitación: 10 m de largo, por 5 de alto y 3 de fondo. También han sido enormes las exigencias del envío y de la logística, ¡porque se trataba de transportar

called "Evolution" that is made entirely of Amiran®. This is truly unique, because this showcase can be made into modules.

solutions: What are your plans for the future?

French: Well, considering how successfully we've been using low reflective glass in exciting museum applications all over the world, we're clearly looking forward to working together with SCHOTT on many new projects in the years to come! <|

plea exclusivamente Amiran®. Se trata de un producto singular, porque se puede desensamblar en módulos individuales.

solutions: ¿Cuáles son sus planes de futuro?

French: Gracias al éxito con el que hemos aplicado el vidrio antirreflejante en proyectos museísticos extraordinarios en todo el mundo, esperamos colaborar con SCHOTT en muchos nuevos proyectos. <|