





David Sim|Riccardo Marini 24 NOVEMBRE 2015

ORE 21°°













Gehl Architects ha partecipato a progetti in oltre 50 nazioni e 250 città, con committenti come il Comune di Copenhagen (Danimarca), il Dipartimento dei Trasporti (DOT) di New York (USA), il Consiglio Comunale di Melbourne (Australia), The Energy Foundation a Pechino (Cina), il Consiglio Comunale di Brighton & Hove (Gran Bretagna), la Città di Christchurch (Nuova Zelanda), l'Istituto di Genplan a Mosca (Russia).



David Sim Partner, Creative Director Architect SAR/MSA, M. ARCH



David Sim è un urbanista e un ottimista.

Sia che si tratti di una megalopoli sia di un villaggio sperduto, una pianificazione o un processo di trasformazione, David usa le sue abilità di "detective" per arrivare al cuore del problema e usa la sua inesauribile energia artistica per trovare la soluzione più appropriata.

Una lezione di Jan Gehl ascoltata all' Edinburgh College of Art all'età di 19 anni ha cambiato la sua vita portandolo in Scandinavia a intraprendere una vita dedicata a creare spazi migliori per le persone.

Bilanciando il suo considerevole know how con il grande rispetto delle professionalità e esperienze personali degli altri, David si occupa per lo più di sviluppare la struttura alla base dei masterplan e del design urbano, applicando le teorie di Jan Gehl a tutte le scale di progetto in tutti e cinque i continenti.

David è un comunicatore nato, ha insegnato in scuole di architettura e design in tutto il mondo ed è Socio e Direttore Creativo presso Gehl Architects.



## Riccardo Marini Director

M.ARCH RIBA, FRIAS, MRTPI, FRSA





Riccardo Marini è nato a Pistoia ed è laureato alla Mackintosh School of Architecture di Glasgow, è convinto che le persone devono essere il fulcro del processo di creazione dei futuri centri urbani e nello sforzo di ripensare quelli esistenti.

Riccardo, nel corso degli anni, ha osservato l'incapacità dei professionisti di leggere e imparare dagli errori del passato e ciò lo spinge ad affermare che le persone devono tornare al centro dei processi decisionali attraverso un'appropriata partecipazione attiva: è arrivato alla semplice conclusione che un "buon posto" è quello dove i fruitori sono felici e stanno bene.

Per molti anni si è sforzato di mostrare che il vero valore di un luogo è determinato da una serie di fattori molto più complessi del semplice valore economico, ma che gli indicatori economici, che guidano i processi decisionali, possono essere raggiunti e sostenuti solo se si creano luoghi che rendono le persone felici di viverli.