

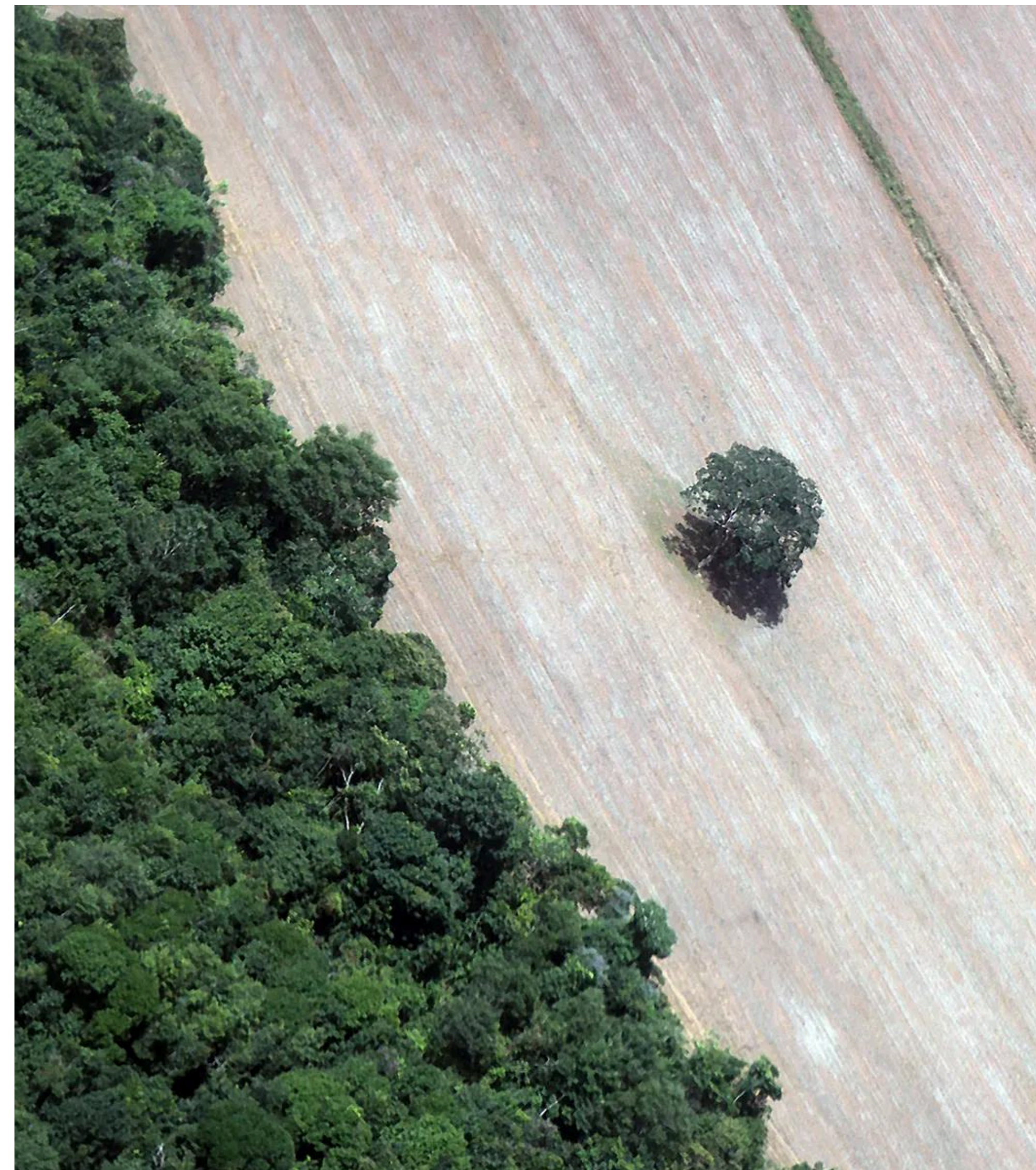
# Il Paradosso “Green”

E se gli alberi artificiali  
diventassero più “green”  
di quelli veri?



Gli alberi artificiali sono diventati il nuovo volto della sostenibilità: dispositivi progettati per produrre energia e migliorare la qualità dell'aria, costruiti con **materiali naturali** come legno, linfa e cellulosa. Progressivamente, però, questi artefatti sono diventati prodotti di consumo a tutti gli effetti: **oggetti del desiderio aggiornabili**, soggetti a mode stagionali, acquistati non solo per la loro efficienza, ma anche come simbolo di status sociale.

L'acquisto degli alberi artificiali è possibile solo attraverso una nuova valuta, il **credito linfatico**, che si accumula **abbattendo alberi naturali**: più è grande e raro l'albero, più credito si accumula. L'acquisto del nuovo modello di albero artificiale porta quindi a una vera e propria **caccia all'albero**.



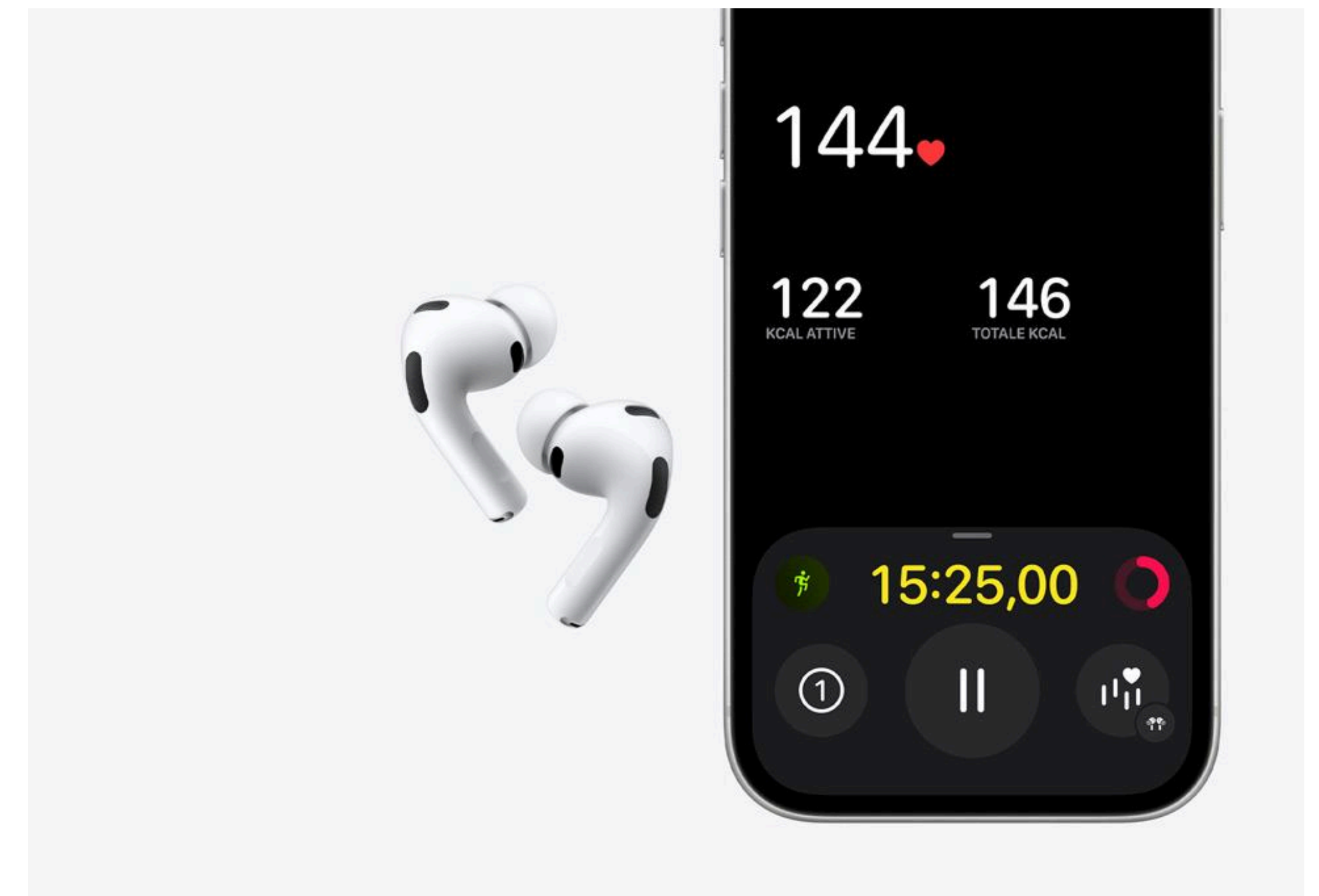
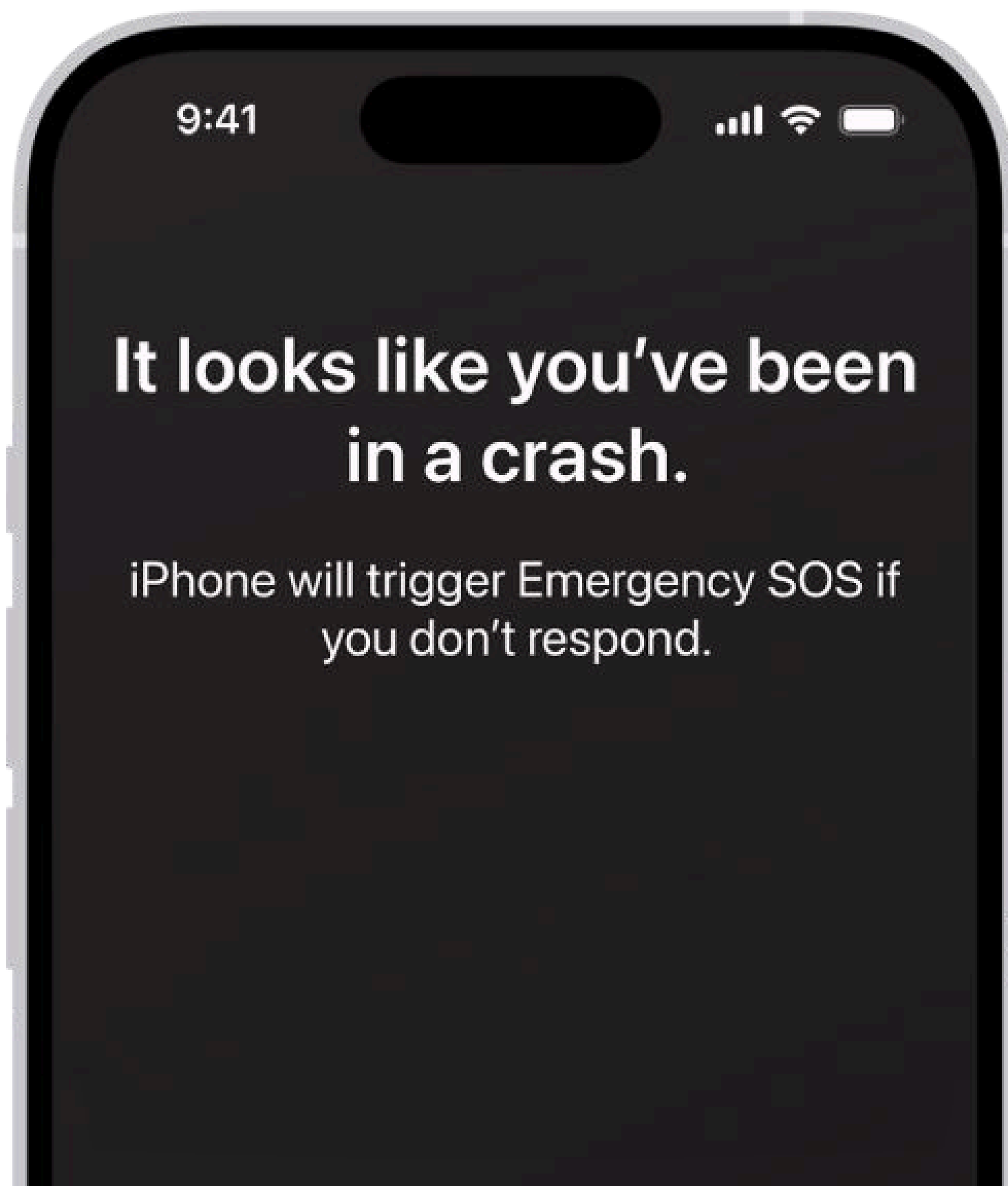


# Who?

Azienda che si occupa di produrre e vendere super-alberi artificiali a partire da materiali naturali e riciclabili.

Gli alberi artificiali sono oggettivamente meglio di quelli veri dal punto di vista delle prestazioni: purificano molta più aria molto più velocemente, producono energia elettrica, assorbono lo smog.

Sono a tutti gli effetti dei dispositivi che aiutano la società e le persone, considerati quasi **dispositivi medici**.



Ne esistono di diversi tipi: quelli grandi che vengono messi all'**esterno** (che assorbono lo smog e producono energia solare) e quelli piccoli (tipo bonsai) che si possono mettere in **casa** ad esempio per purificare l'aria e assorbire l'umidità.





Sono oggetti rivoluzionari e vengono venduti come tali, con l'obiettivo dichiarato di sostituire gli alberi naturali che sono ora considerati **obsoleti**.

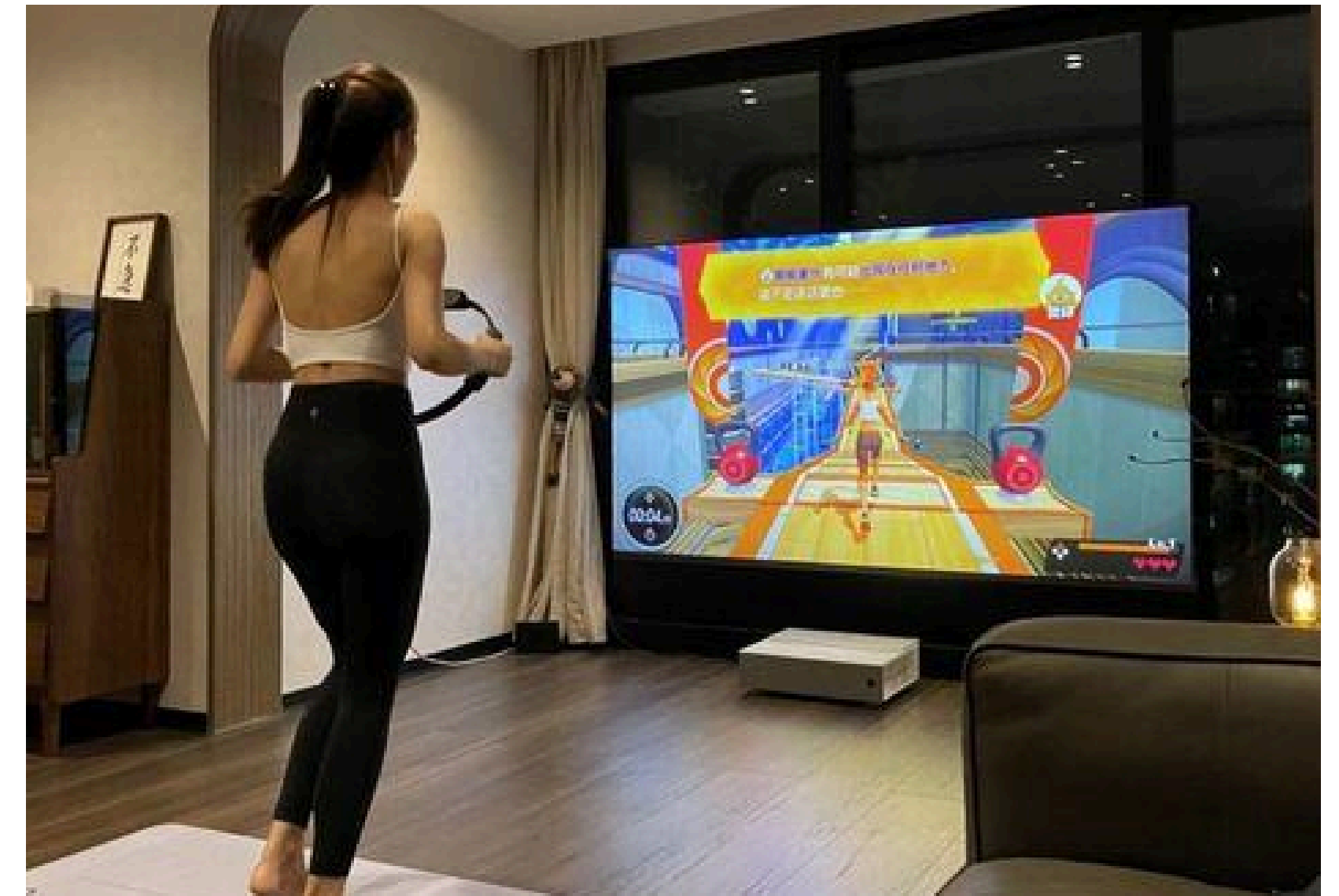
Al momento dell'acquisto, il cliente si reca in negozio dove vive una experience di acquisto unica: può configurare il proprio albero in maniera totalmente personalizzata. Per finalizzare l'acquisto poi gli viene chiesto di compiere un gesto che sancisce il suo benvenuto nel futuro green.





L'azienda mette in mano al cliente un'**accetta**, un dispositivo interattivo che simula il gesto dell'abbattimento, parte integrante del processo di acquisto dei propri alberi artificiali.

L'abbattimento rappresenta il gesto che dimostra la reale volontà del cliente di entrare a far parte della rivoluzione green promossa dall'azienda. Non è solo un'azione funzionale all'acquisto, ma un **rito di iniziazione**: chi accetta di compierlo dimostra di credere davvero nel cambiamento. È una prova di coraggio, un gesto simbolico che segna il passaggio verso una nuova idea di sostenibilità.





L'abbattimento è un atto metaforico. Non riguarda solo l'albero, ma tutto ciò che l'albero rappresenta: la natura tradizionale, l'idea di ecologia, il legame autentico con l'ambiente. **Uccidere il vecchio per fare spazio al nuovo.**

Attraverso l'abbattimento, l'azienda dichiara la propria trasparenza. Mostra ai clienti il “vero prezzo” della transizione ecologica. Partecipare al gesto significa riconoscere e accettare questo prezzo, diventando parte di un gruppo esclusivo di **pionieri del nuovo green**. Possedere un albero artificiale non è solo un privilegio, ma un segno di appartenenza: chi lo ha, dimostra di essere dentro, **consapevole** e pronto al cambiamento.



In base al tipo di albero artificiale desiderato, l'utente dovrà abbattere un numero o una dimensione maggiore di alberi. L'albero diventa un indicatore di impegno ecologico e status sociale — una forma di **social signaling** che, come nel caso Tesla, trasforma la sostenibilità in un segno visibile di progresso personale.

