

Documento Strategico Operativo: Definizione Ecosistema Digitale e Brand Identity per 3MonkeysFilm

1. Introduzione e Contesto Strategico

1.1 Natura del Documento e Destinatari

Il presente documento costituisce la *roadmap* definitiva e il *brief* operativo redatto per **Antigravity**, partner tecnologico e creativo incaricato dello sviluppo della nuova presenza digitale di **3MonkeysFilm**. L'analisi qui riportata nasce dalla sintesi di molteplici sessioni di brainstorming, riunioni operative e documenti interni condivisi dai soci fondatori (Tiziano, Mario, Secco, et al.), con l'obiettivo di cristallizzare la visione aziendale in un artefatto digitale coerente, funzionale e scalabile.¹

La necessità di questo report dettagliato emerge dalla complessità intrinseca del progetto: 3MonkeysFilm non è una semplice startup, ma una realtà che eredita il *know-how* decennale dei suoi fondatori in produzioni di alto profilo (es. *Pechino Express*, *Masterchef*, collaborazione con *Sky* e *Ferrari*), pur avendo una struttura societaria formale di recente costituzione (circa sei mesi di attività). Di conseguenza, il sito web non deve limitarsi a "presentare" l'azienda, ma deve svolgere una funzione cruciale di **legittimazione istituzionale e posizionamento premium** nel mercato competitivo della produzione cinematografica e del noleggio attrezzature (Rental Service).¹

Antigravity è chiamata a tradurre queste esigenze in un'architettura web che bilanci due anime apparentemente distanti: l'anima **artistica/narrativa**, tipica delle case di produzione cinematografica d'autore (con riferimenti esplicativi a *A24 Films* e *Road Movie*), e l'anima **tecnico/commerciale**, necessaria per la gestione efficiente di un vasto parco attrezzature (Arri, Red, ottiche, droni) che richiede un approccio pragmatico per la conversione dei lead.¹

1.2 Analisi dell'Identità Aziendale: La Dualità Operativa

Il core business di 3MonkeysFilm si articola su una dualità che rappresenta la sfida principale in termini di User Experience (UX) e Architettura dell'Informazione (IA).

Da un lato, l'azienda opera come **Casa di Produzione (Production Company)**. In questo ambito, il valore offerto è intangibile: creatività, capacità di problem-solving, gestione di set complessi, storytelling. I clienti sono broadcaster (*Sky*, *Dazn*), brand (*Ferrari*) e agenzie che cercano un partner affidabile per trasformare un'idea in prodotto audiovisivo. Qui, il sito deve emozionare, mostrare "muscoli" produttivi attraverso showreel impattanti e rassicurare attraverso la presenza di loghi partner autorevoli come *Endemol*, *Banijay* e *Blue Jasmine*.¹

Dall'altro lato, l'azienda è un **Service Tecnico (Rental House)**. Questa divisione dispone di un

asset fisico rilevante, tra cui 7 telecamere cinematografiche, set di ottiche di pregio e droni. Qui le logiche cambiano radicalmente: l'utente (spesso un line producer o un direttore della fotografia) cerca efficienza, dettagli tecnici precisi, trasparenza sui prezzi e velocità di contatto. Non cerca "emozione", ma "soluzione". Il sito deve quindi funzionare come uno strumento di lavoro, riducendo le frizioni nel processo di noleggio e filtrando le richieste non in target.¹

La strategia digitale deve evitare che queste due anime si cannibalizzino. Non si vuole un sito che sembri un freddo e-commerce di cavi e batterie (come percepito per il competitor *Black Light Rental Roma*), né un sito puramente artistico che nasconde la disponibilità immediata di mezzi tecnici. La soluzione identificata è una struttura **ibrida**, ispirata al modello di *Road Movie*, che integra la narrazione visiva con una sezione servizi/noleggio accessibile e funzionale.²

1.3 Obiettivi di Business e KPI Qualitativi

Dalle interazioni con il cliente¹ emergono obiettivi chiari che devono guidare ogni scelta di design e sviluppo:

1. **Screening e Qualificazione dei Lead:** Attualmente, il team spende tempo eccessivo in chiamate conoscitive o preventivi per budget non allineati. Il sito deve agire da filtro. Pubblicando un listino prezzi (o un range) e un catalogo chiaro, si mira a far arrivare al contatto diretto (telefonico o mail) solo clienti già consapevoli dei costi e delle disponibilità di massima.
2. **Brand Authority e "Trust":** Essendo una società giovane, manca lo "storico" percepito. Il sito deve colmare questo gap visivo. L'utente deve atterrare sulla home e percepire immediatamente solidità, grazie a un design curato (stile A24), alla sezione "Chi Siamo" con i volti dei soci (fattore umano cruciale) e alla sezione "Trusted By" con i loghi dei grandi clienti.
3. **Ottimizzazione del Workflow Interno:** Il sito deve alleggerire il carico amministrativo. L'implementazione di un "Calcolatore di Preventivo" (non vincolante) o di una lista dei desideri (wishlist) inviabile via mail permetterà di ricevere richieste strutturate, riducendo lo scambio di email interlocutorie.
4. **Posizionamento SEO:** L'indicizzazione organica è considerata fondamentale per intercettare la domanda locale (es. "Noleggio Arri Milano/Roma") e nazionale. La struttura del sito deve essere SEO-ready fin dal primo giorno.¹

2. Direzione Creativa e Visual Identity

La definizione dello stile visivo è stata uno dei temi più dibattuti e definiti. Il cliente ha rigettato l'estetica "corporate standard" o "e-commerce puro" a favore di un approccio che potremmo definire "Cinematic Boutique".

2.1 Il Concept "3Monkeys": Decostruire l'Ispirazione

Il termine "**3Monkeys**" ricorre nei documenti come riferimento stilistico primario per il

template o il layout del sito.¹ Analizzando il panorama dei design web contemporanei associati a questo nome (spesso presenti su piattaforme come Squarespace, Webflow o Format⁴), emergono caratteristiche specifiche che Antigravity deve integrare nel design system di 3MonkeysFilm.

Il concetto non è solo un template, ma una filosofia di design che privilegia l'immagine sopra ogni cosa. Le caratteristiche chiave che devono essere replicate sono:

- **Minimalismo Audace:** Ampio uso dello spazio bianco (o nero, a seconda della modalità scelta) per creare "respiro" attorno ai contenuti. Non c'è affollamento di informazioni. Ogni elemento (foto, testo, pulsante) ha il suo spazio vitale.
- **Layout Asimmetrici e "Staggered":** A differenza delle griglie rigide tipiche degli e-commerce (file ordinate di prodotti), lo stile 3Monkeys utilizza griglie spezzate, immagini sovrapposte o disallineate intenzionalmente per creare dinamismo e ritmo visivo. Questo richiama il montaggio cinematografico piuttosto che l'impaginazione di un catalogo.
- **Tipografia Protagonista:** I titoli non servono solo a indicare il contenuto, ma sono elementi grafici. Si richiede l'uso di font di grandi dimensioni per le headline, spesso con effetti di scorrimento (parallax) o micro-animazioni (come lo "stretching" citato nelle call¹).
- **Navigazione Immersiva:** Menu spesso nascosti (hamburger menu anche su desktop) o laterali, per lasciare che la navigazione principale avvenga tramite lo scroll e l'esplorazione visiva.

Insight per Antigravity: Il sito non deve sembrare un "contenitore di informazioni", ma un "portfolio editoriale". L'esperienza utente deve essere fluida, quasi come sfogliare una rivista di fotografia di alta moda o cinema indipendente.

2.2 Il Dominio del Colore: Pantone 3415 C

L'identità cromatica di 3MonkeysFilm è stata vincolata a un colore specifico: il **Verde Pantone 3415 C**.¹ La scelta di questo colore non è casuale e richiede un'applicazione tecnica rigorosa per garantire coerenza su tutti i dispositivi digitali.

Specifiche Tecniche del Colore⁷:

- **Codice Pantone:** 3415 C (Solid Coated).
- **Conversione HEX (Web Safe):** #00754B (o varianti ottimizzate per schermo come #007B5F). È fondamentale che Antigravity esegua test di calibrazione per assicurarsi che il verde a schermo non risulti troppo "neon" o troppo "spento" rispetto al riferimento cartaceo.
- **Valori RGB:** R:0, G:117, B:75 (approssimativo).
- **Valori CMYK:** C:100, M:0, Y:36, K:54.

Psicologia e Applicazione:

Questo verde è profondo, saturo, ed evoca sensazioni di stabilità, natura (richiamando il tema "Jungle/Monkeys") e prestigio istituzionale. Si distanzia dai verdi "lime" tipici delle startup tecnologiche o dai verdi "militari".

- **Regole di Utilizzo:** Il Pantone 3415 C non deve essere usato come colore di sfondo per intere pagine (risulterebbe opprimente). Deve essere utilizzato come **Accent Color** (colore d'accento) su una base neutra.
 - *Sfondi:* Bianco puro (#FFFFFF) o un Crema/Off-White leggerissimo per la base, per mantenere la pulizia stile "A24".
 - *Elementi Attivi:* Pulsanti (CTA), link hover, linee divisorie, indicatori di scorrimento.
 - *Tipografia:* Titoli H1 o H2 selezionati, o numeri in evidenza (es. prezzi).

2.3 Riferimenti Stilistici: A24 Films e Road Movie

L'identità visiva deve posizionarsi all'intersezione tra due mondi:

1. **A24 Films (L'Anima Artistica):** Da A24, 3MonkeysFilm vuole ereditare la percezione di "cult brand".³ Il sito deve avere carattere, magari osando con font inusuali (ad esempio un serif classico in contrasto con un sans-serif tecnico) o layout "weird" ma eleganti. L'obiettivo è trasmettere che l'azienda ha una "Voice" unica, non è solo un fornitore di servizi.
2. **Road Movie (L'Anima Funzionale):** Da Road Movie, si prende la struttura pragmatica.² Homepage a scorrimento che riassume tutto, sezione "Works" divisa chiaramente, sezione servizi accessibile. È il modello di usabilità da seguire.

2.4 Contenuti Visuali: Showreel e Fotografia

Il sito vive e muore sulla qualità dei suoi contenuti visivi.

- **Showreel (Hero Content):** È stata decisa la produzione di un video di 30 secondi con color correction professionale, da usare come elemento principale in homepage (sopra la piega/fold).¹
 - *Azione per Antigravity:* In attesa del reel definitivo, implementare un placeholder con video stock di altissima qualità che rispetti il mood (cinematico, dinamico, dietro le quinte) per testare le performance di caricamento e l'impatto visivo.
- **Fotografia Team:** Le foto del team non devono essere le classiche foto corporate su sfondo bianco. Devono essere ritratti ambientati (sul set, con attrezzatura in mano) o in studio con illuminazione drammatica (chiaroscuro), per comunicare che i soci sono "gente di set", operativi e competenti.¹

3. Architettura dell'Informazione (IA) e User Experience (UX)

L'architettura del sito è stata definita come "Ibrida": una struttura che combina la semplicità di una landing page (one-page scroll) con la profondità di un sito multipagina per i dettagli tecnici.

3.1 Sitemap Strategica

La seguente tabella illustra la struttura delle pagine principali, i contenuti chiave per ciascuna

e gli obiettivi di business correlati.

Pagina / Sezione	Contenuti Chiave e Funzionalità	Obiettivo Strategico	Note per Antigravity
Homepage	Hero Video (Showreel 30"), Intro Value Proposition, Pipeline Servizi (Pre-Prod, Prod, Post, Rental), Loghi Partner, Featured Work (3-4 progetti).	Impatto immediato, Brand Awareness, Navigazione rapida verso le sezioni chiave.	Implementare scroll fluido. La sezione servizi deve essere una "pipeline" visiva cliccabile.
NOLEGGIO (Rental)	Catalogo diviso per categorie (Camere, Ottiche, Luci, Droni). Schede prodotto con specifiche tecniche essenziali. Prezzi base (giornalieri).	Lead Generation qualificata, Riduzione domande base, Strumento di lavoro per i clienti.	Non un e-commerce classico. Focus su "Aggiungi al preventivo". Evitare gestione stock realtime.
CHI SIAMO (Team)	Foto professionali dei soci (Tiziano, Mario, Secco, et al.). Bio brevi con focus su esperienza (es. "Pechino Express"). Link a IMDb/LinkedIn.	Trust e Credibilità. "Si comprano le persone, non solo le macchine".	Fondamentale per un'azienda giovane. Design delle card team curato e interattivo.
PORTFOLIO (Works)	Griglia lavori filtrabile (Commercial, TV, Doc). Schede progetto con crediti completi (Regia, DoP, Agency) e backstage.	Dimostrazione competenza tecnica e artistica.	Seguire il modello Road Movie: visuale pulita, filtri rapidi. ²
CONTATTI	Form differenziato (Info generali vs Preventivo), Mappa, Mail condivisa, Numero Unico.	Conversione finale. Facilità di reperibilità.	Integrare link a WhatsApp business se richiesto.

3.2 La User Journey del Noleggio (Rental Funnel)

Il funnel di noleggio merita un'attenzione particolare. Il cliente ha esplicitamente richiesto di evitare la complessità di un e-commerce con pagamenti online e gestione magazzino in tempo reale, optando per un approccio più "relazionale".¹

1. **Esplorazione:** L'utente naviga la sezione Rental. I prodotti sono presentati con immagini

ad alta risoluzione (stile "3Monkeys") e non come miniature da supermercato.

2. **Selezione:** L'utente visualizza il prezzo base giornaliero. Un testo (microcopy) informa chiaramente: "*Sconti disponibili per noleggi a lungo termine e pacchetti completi*". Questo incentiva il contatto.
3. **Azione (Il Calcolatore/Preventivatore):** Invece di un carrello, l'utente aggiunge item a una "Lista Materiali".
4. **Conversione:** La lista viene inviata tramite un form che richiede dettagli sul progetto (Date shooting, Tipologia produzione).
5. **Risposta:** Il sistema invia una mail automatica di ricezione, mentre il team commerciale riceve la lista, verifica la disponibilità effettiva e risponde con un preventivo PDF personalizzato.

Vantaggio Tecnico: Questo sistema riduce drasticamente i costi di sviluppo (nessun gateway di pagamento, nessuna logica complessa di stock) e mantiene il controllo umano sulla trattativa, fondamentale in questo settore dove gli sconti sono spesso negoziati ad hoc.

3.3 Interazioni e Micro-animazioni

Per distanziarsi dalla concorrenza statica, il sito deve incorporare interazioni che ne elevino la percezione qualitativa¹:

- **Effetto "Stretching" sui Titoli:** Durante lo scroll, i titoli principali possono subire una leggera distorsione orizzontale o verticale, creando un senso di velocità e dinamismo (riferimento a tecniche di Kinetic Typography).
- **Hover States Evoluti:** Passando il mouse sulle card dei progetti o del team, l'immagine potrebbe zoomare leggermente, cambiare colore (filtro verde 3415 C in overlay) o mostrare informazioni nascoste.
- **Transizioni di Pagina (Page Transitions):** Implementare transizioni fluide (es. fade o wipe) tra una pagina e l'altra per non spezzare l'immersione, rendendo l'esperienza simile a una Single Page Application (SPA).

4. Specifiche Tecniche e Piattaforma

4.1 Dominio e Infrastruttura

La situazione del dominio presenta criticità che richiedono azione immediata¹:

- **Target Principale:** 3monkeysfilm.com. Attualmente risulta libero ma in stato di "Redemption Period" o non rinnovato. È prioritario tentare il recupero o l'acquisto immediato.
- **Backup/Locale:** tremonkeysfilm.it o 3monkeysfilm.it. La strategia concordata prevede di assicurarsi il dominio .it come base di partenza (più economico e coerente con il mercato attuale italiano) e puntare al .com per l'espansione futura.¹
- **Gestione Email:** Attualmente il team usa indirizzi Gmail generici (3monkeysfilm@gmail.com). Con il lancio del sito, è imperativo migrare verso Google

Workspace con dominio personalizzato (es. info@tremonkeysfilm.it) per coerenza professionale.

4.2 Stack Tecnologico Consigliato

Considerando la richiesta di "pagine illimitate" a un budget contenuto (€1.800) e la necessità di un design custom:

- **Opzione A: Webflow.** È la scelta ideale per realizzare il design "3Monkeys" con animazioni complesse senza appesantire il codice. Offre hosting performante, sicurezza SSL integrata e un CMS visuale facile da usare per il cliente per aggiornare testi e progetti.
- **Opzione B: WordPress + Elementor Pro (o Bricks).** Offre massima flessibilità per il sistema di "Rental Calculator" tramite plugin specifici (es. YITH Request a Quote). È più scalabile se in futuro si volesse passare a un vero e-commerce.
- **Ruolo di "Antigravity" (Tool AI):** Se Antigravity verrà utilizzato come IDE basato su AI (Google Antigravity¹⁰), il team di sviluppo dovrà fornire prompt contestuali precisi. Ad esempio: "Genera un layout responsive con griglia asimmetrica CSS Grid, utilizzando il colore #00754B come accento e font sans-serif geometrici per gli H1. Implementa uno scroll orizzontale per la sezione servizi."

4.3 Strategia SEO (Search Engine Optimization)

Il mercato è competitivo e il nome "Three Monkeys" presenta un rischio di ambiguità (omonimia con il film "Three Monkeys" di Nuri Bilge Ceylan del 2008¹¹). La strategia SEO deve essere chirurgica:

- **Disambiguazione:** Utilizzare meta-tag e schema markup *Organization* e *LocalBusiness* per chiarire a Google che si tratta di un'azienda e non di un film.
- **Keyword Locali:** Ottimizzare le pagine per query transazionali geografiche: "Noleggio Cineprese Milano", "Service Video Roma", "Noleggio Arri Alexa Italia".
- **Contenuto Tecnico:** Le schede prodotto del noleggio devono contenere i nomi tecnici esatti (es. "Arri Alexa Mini LF", "Cooke S4/i") perché sono questi i termini cercati dai professionisti.

4.4 Gestione Contatti e Telefonía

Un problema operativo emerso è la gestione delle chiamate su numeri personali dei soci.¹

- **Soluzione:** Implementare un sistema **VoIP** o un numero mobile virtuale (eSIM) dedicato al sito. Questo numero unico smisterà le chiamate ai cellulari dei soci o a un responsabile commerciale designato, garantendo tracciabilità e orari di "non disturbare".

5. Strategia dei Contenuti e Checklist Materiali

Per avviare la produzione (Kick-off), è necessario raccogliere e organizzare i seguenti asset.

Senza di questi, il design "3Monkeys" risulterà vuoto e inefficace.

5.1 Checklist per il Cliente (Tiziano e Soci)

Antigravity non può procedere senza:

1. Brand Assets:

- Logo vettoriale definitivo (.ai,.svg).
- Conferma font istituzionale (se esistente, altrimenti proposta da Antigravity).

2. Materiale Video/Foto:

- **Showreel:** File definitivo 30", 16:9, alta bitrate.
- **Foto Team:** Ritratti in alta risoluzione, coerenti nello stile (luce, abbigliamento, sfondo).
- **Foto Portfolio:** Still frame dai video prodotti, foto di backstage.

3. Contenuti Testuali (Copy):

- Bio aziendale ("Chi Siamo") che racconti la storia dei soci e la genesi dell'azienda.
- Descrizioni dei servizi (Pre-produzione, Produzione, Post, Service).
- **Database Attrezzatura:** File Excel contenente: Categoria, Marca, Modello, Prezzo Giornaliero, Note tecniche.

4. Documentazione Legale:

- Liberatorie firmate per l'uso dei loghi (*Sky, Ferrari, Endemol*, ecc.) e delle immagini di progetti terzi.

6. Budget, Tempistiche e Rischi

6.1 Analisi Economica

Il budget discusso si attesta sui **€1.800** per il pacchetto "Sito + SEO" con pagine illimitate.¹

- **Valutazione:** Questo importo è superiore al preventivo concorrente (€1.500 per 6 pagine), ma offre un valore aggiunto critico: la scalabilità (pagine illimitate) e l'ottimizzazione SEO, essenziale per una nuova azienda. Inoltre, include la complessità del design "3Monkeys" e del sistema di preventivazione, che un sito standard di 6 pagine non coprirebbe.

6.2 Roadmap Temporale (Ipotesi Q1 2026)

Basandosi sulla data corrente (Gennaio 2026) e le scadenze discusse ¹:

- **Fase 1 (Immediata):** Recupero dominio, setup mail, invio preventivo formale e raccolta materiali.
- **Fase 2 (Sviluppo - 3/4 settimane):** Design bozze, implementazione CMS, caricamento catalogo noleggio.
- **Fase 3 (Review):** Inserimento Showreel definitivo, test funzionalità "Preventivatore".
- **Fase 4 (Lancio):** Pubblicazione sito (Go-Live).
- **Fase 5 (Post-Lancio):** Attivazione canali social (SMM) prevista per la primavera

(Marzo/Aprile 2026).

6.3 Analisi dei Rischi

Rischio	Probabilità	Impatto	Mitigazione
Ritardo Materiali (Foto/Video)	Alta	Alto	Usare stock video di alta qualità come placeholder temporanei per non bloccare lo sviluppo strutturale.
Mancata Autorizzazione Loghi	Media	Medio	Progettare la sezione "Partners" in modo che sia graficamente gradevole anche con pochi loghi o con loghi generici di settore inizialmente.
Complessità Gestionale Noleggio	Media	Alto	Mantenere il sistema come "Richiesta Preventivo" (RFQ) e non cedere alla tentazione di trasformarlo in un ERP completo con disponibilità live, che eccederebbe il budget.
Perdita Dominio.com	Media	Critico	Acquistare subito il.it e monitorare il.com tramite servizi di backorder.

7. Conclusioni e Raccomandazioni per Antigravity

Il progetto **3MonkeysFilm** rappresenta un'opportunità strategica per creare un punto di riferimento nel web design per le case di produzione italiane. Il mercato è saturo di siti vecchi, lenti o puramente funzionali. Con l'adozione del concept "3Monkeys", l'uso sapiente del Pantone 3415 C e una struttura ibrida che rispetta le esigenze del noleggio senza sacrificare l'arte, **3MonkeysFilm** può posizionarsi immediatamente come un player "premium".

Raccomandazioni Finali per l'Esecuzione:

1. **Mobile First:** Gran parte dell'utenza (registi, producer sul set) visiterà il sito da mobile. Il design deve essere impeccabile su smartphone.

2. **Velocità:** Le immagini e i video devono essere ottimizzati (WebP, lazy loading) per garantire tempi di caricamento rapidi, essenziali per la SEO e l'esperienza utente.
3. **Flessibilità:** Il sito deve essere costruito in modo che il cliente possa aggiungere autonomamente nuove attrezzature al catalogo o nuovi progetti al portfolio senza dover chiamare lo sviluppatore ogni volta.

Questo documento deve essere allegato al contratto di fornitura per allineare le aspettative e garantire che la visione discussa nelle call diventi una realtà digitale concreta.

Approfondimento: Analisi Comparativa dei Competitor

La seguente tabella offre un dettaglio tecnico sulle differenze tra il modello desiderato (Road Movie) e quello da evitare (Black Light), fornendo ad Antigravity coordinate precise su cosa fare e cosa non fare.

Caratteristica	Road Movie (Modello)	Black Light Rental (Da Evitare)	Strategia per 3MonkeysFilm
Home Page	Scroll narrativo, video emozionale, focus sui progetti recenti.	Elenco categorie prodotti, molto testo, focus su specifiche tecniche.	Adottare modello Road Movie: Hero Video + Scroll. Il tecnico va in pagine interne.
Navigazione	Semplice (Works, Cinema, Services, About).	Complessa, multi-livello, simile a un mega-store di elettronica.	Menu minimale: Massimo 5 voci principali. Uso di mega-menu solo se strettamente necessario per il noleggio.
Presentazione Prodotti	Integrata nei servizi, descrittiva ("Service completo").	Schede tecniche dettagliate, prezzi, disponibilità (stile e-commerce).	Via di mezzo: Schede prodotto pulite (foto grande + prezzo) ma senza il "rumore" di un e-commerce (carrello, recensioni, ecc.).
Estetica	"Boutique", curata, uso di bianco e nero.	"Magazzino", funzionale, colori standard.	Concept "3Monkeys": Estetica da galleria d'arte. Uso del Pantone 3415 C per dare identità.
Call to Action	"Contact Us" generico	"Aggiungi al carrello",	"Richiedi Preventivo":

	e diretto.	"Prenota ora".	Una CTA morbida che invita al dialogo, non all'acquisto immediato.
--	------------	----------------	--

Questa comparazione evidenzia come 3MonkeysFilm debba posizionarsi: non come un magazzino dove "comprare" un servizio, ma come un partner creativo che "offre" soluzioni tecniche di alto livello. Antigravity dovrà tradurre questa sfumatura psicologica in codice e pixel.

Bibliografia

1. TIZIANO -08_01_26_Ideazione sito-Summary.pdf
2. Roadmovie - Production company in Italy, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://roadmovie.it/>
3. The Strategy Behind A24's Rise: Positioning Framework + Barry Jenkins Case Study, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://greenlightyourself.beehiiv.com/p/a24>
4. 3Monkeys Website Template | Format.com, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://www.format.com/website-templates/3Monkeys>
5. 3Monkeys Squarespace 7.1 Template - Big Cat Creative, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://www.bigcatcreative.com/templates/3Monkeys-squarespace-template>
6. 3Monkeys Website Page Template for Webflow, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://webflow.com/templates/html/3Monkeys-agency-website-template>
7. #3415c0 Color Hex, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://www.color-hex.com/color/3415c0>
8. PMS 3415 C (Coated) | PMScolorguide.com, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://www.pmscolorguide.com/coated/pms-3415-c>
9. Case Study: A24. Break out of your category to grow | by Ana Andjelic | Medium, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://andjelicaaa.medium.com/case-study-a24-b75dc8b730f6>
10. Build with Google Antigravity, our new agentic development platform, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://developers.googleblog.com/build-with-google-antigravity-our-new-agentic-development-platform/>
11. Three Monkeys (film) - Wikipedia, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, [https://en.wikipedia.org/wiki/Three_Monkeys_\(film\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Three_Monkeys_(film))
12. blacklightfilm – Film Production, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://www.blacklightfilm.com/>
13. Black Light Rental - Free Shipping Nationwide - Most Powerful Glow Effect, accesso eseguito il giorno gennaio 13, 2026, <https://goboprojectorrental.com/blacklight-rental/>