



DOCUMENTO DI PROGETTO INTEGRALE

FUTURE FESTIVAL 2027

Sezione Musica | Festival-progetto artistico-culturale indipendente



Il futuro ha bisogno di voce.
Porta la tua.

Futù accende il talento.

Documento coordinato per istituzioni, partner,
sponsor, scuole, università, media e soggetti della
filiera culturale e musicale.

Produzione e organizzazione

HERCULES - La forza della conoscenza S.r.l. | Via Marco Polo 230/L - Osimo (AN) | P. IVA 02987610421 |

www.future-festival.it | info@future-festival.it

Versione progettuale coordinata - Edizione 2027



HERCULES
LA FORZA DELLA CONOSCENZA

INDICE DEL DOCUMENTO

- 
1. Premessa e fonti di coordinamento
 2. Identità e sistema del progetto
 3. Obiettivi del progetto
 4. Mission e vision
 5. Il nostro scopo
 6. Spazio in cui il progetto si inserisce
 7. Concept: destinatari, desideri, paure e abitudini
 8. A chi interessa oltre a noi
 9. Per chi creiamo valore
 10. Sistema di offerta
 11. Attività centrali
 12. Attività aggiuntive
 13. Attività collaterali
 14. Governance, presidio operativo e attuabilità
 15. Cronologia progettuale e indicatori
 16. Conclusione operativa

1. Premessa e fonti di coordinamento

Il presente documento ricostruisce l'intero progetto Future Festival 2027 - Sezione Musica come sistema unitario, coerente e presentabile a interlocutori istituzionali, educativi, culturali, mediatici, imprenditoriali e territoriali.

La riformulazione tiene conto del Bando ufficiale di partecipazione, del Dossier informativo istituzionale e della nuova identità del progetto come festival-progetto artistico-culturale indipendente. Il Future Festival non viene impostato come format televisivo competitivo, sistema di reclutamento televisivo, percorso accademico televisivo o meccanismo di eliminazione spettacolarizzata, ma come percorso culturale, musicale e progettuale fondato su candidatura, ascolto, valutazione qualificata, emersione artistica, finale live e successiva valorizzazione del progetto vincitore.

Formula identitaria breve

Future Festival è un festival-progetto artistico-culturale indipendente dedicato alla musica originale emergente, nato per trasformare una voce, un brano e una storia artistica in un percorso concreto di emersione, relazione, crescita e produzione.

Documento di riferimento	Funzione nel progetto
Bando ufficiale	Definisce destinatari, requisiti, durata dei brani, fasi del Future Journey, criteri di valutazione, contributi, premi, responsabilità e comunicazioni ufficiali.
Dossier informativo istituzionale	Descrive missione, attuabilità, valore educativo, culturale e sociale, Future Village, governance, collaborazione con enti e indicatori di impatto.
Documento di progetto integrale	Ordina in modo strategico identità, obiettivi, offerta, stakeholder, attività centrali, attività aggiuntive e attività collaterali.

2. Identità e sistema del progetto

Il Future Festival 2027 - Sezione Musica è un progetto culturale, musicale, educativo e territoriale che pone al centro giovani artisti emergenti, brani originali, identità artistica e crescita progettuale. La sua identità non coincide con il solo evento finale, ma con un sistema composto da documenti, percorso, comunità, luoghi, comunicazione, partner, contenuti e produzione artistica.

Il progetto nasce per creare uno spazio riconoscibile nel quale l'artista emergente possa candidarsi, essere ascoltato, essere valutato secondo criteri trasparenti, vivere momenti di confronto e accedere a una finale live come tappa di un cammino più ampio.

Elemento del sistema	Descrizione operativa
Identità culturale	Musica originale, creatività giovanile, educazione all'ascolto, valorizzazione della voce autentica e del racconto personale.
Identità organizzativa	Produzione e organizzazione a cura di HERCULES - La forza della conoscenza S.r.l., con documentazione ufficiale, segreteria, direzione artistica, comunicazione e gestione operativa.
Identità artistica	Percorso dedicato a artisti singoli, musicisti, cantautori, gruppi musicali e band emergenti tra 15 e 35 anni, residenti o domiciliati in Europa.

Identità territoriale	Progetto con radicamento marchigiano e potenziale apertura nazionale ed europea, con connessione tra cultura, formazione, impresa, giovani e pubblico.
Identità relazionale	Rete tra artisti, scuole, università, famiglie, partner, sponsor, fondazioni, media, operatori culturali e imprese di settore.

Il sistema del Future Festival si articola attorno a due pilastri proprietari: il Future Journey, cioè il percorso artistico-operativo, e il Future Village, cioè lo spazio di relazione, incontro, contenuto e partecipazione attorno al Festival.

3. Obiettivi del progetto

Gli obiettivi del Future Festival sono costruiti su tre livelli: obiettivi artistici, obiettivi culturali-educativi e obiettivi di sistema. Il progetto non si limita a premiare un artista, ma intende generare un percorso di valore per una comunità più ampia.

Area	Obiettivi
Artistica	Promuovere brani originali; valorizzare giovani artisti emergenti; sostenere la paternità artistica umana; riconoscere qualità, originalità, interpretazione e potenziale di sviluppo.
Educativa	Educare alla responsabilità creativa, all'ascolto, alla cura del progetto, alla consapevolezza dei diritti, alla gestione dell'immagine e alla preparazione al palco.
Culturale	Costruire un racconto positivo delle nuove generazioni, della musica originale e del territorio come spazio di creatività e futuro.
Territoriale	Generare attrattività culturale nelle Marche e costruire connessioni tra teatri, scuole, università, istituzioni, imprese, media e comunità.
Organizzativa	Sviluppare un format documentato, trasparente, replicabile e migliorabile edizione dopo edizione.
Produttiva	Trasformare il riconoscimento artistico in un supporto concreto alla produzione, pubblicazione e promozione di un singolo originale.

4. Mission e vision

Vision

La vision del Future Festival è costruire un luogo stabile e riconoscibile in cui la musica originale emergente non venga consumata come semplice intrattenimento, ma ascoltata, compresa, preparata e trasformata in opportunità di crescita. Il Festival vuole diventare una piattaforma culturale capace di unire giovani, territorio, formazione, impresa e pubblico attorno alla voce autentica delle nuove generazioni.

Mission

La missione è offrire a giovani artisti emergenti un percorso serio, ordinato, documentato e professionalizzante, che permetta di presentare un brano originale, misurarsi con una valutazione qualificata, incontrare persone e competenze, vivere il palco come responsabilità e accedere a concrete opportunità di valorizzazione artistica.

Principio guida

Il talento non viene consumato in fretta: viene ascoltato, preparato, accompagnato e messo nelle condizioni di crescere.

5. Il nostro scopo

Lo scopo del Future Festival è creare un ecosistema in cui la musica originale dei giovani artisti possa emergere in modo credibile, protetto e professionalmente sostenibile. Il Festival vuole rispondere a una necessità concreta: molti giovani hanno una canzone, un testo, una melodia o una visione artistica, ma non sempre trovano un contesto serio dove proporli senza essere ridotti a prodotto, spettacolo o semplice competizione.

- trasformare il brano originale in una candidatura artistica consapevole;
- trasformare la candidatura in ascolto e valutazione qualificata;
- trasformare l'ascolto in percorso di emersione e confronto;
- trasformare il palco finale in esperienza formativa e pubblica;
- trasformare il premio in supporto produttivo concreto;
- trasformare il Festival in comunità culturale, educativa e territoriale.

Lo scopo non è creare una gara fine a se stessa, ma generare un percorso dove l'artista possa comprendere il valore del proprio progetto, migliorare la propria esposizione pubblica, conoscere regole e responsabilità e dialogare con una rete di persone, competenze e opportunità.

6. Spazio in cui il progetto si inserisce

Il Future Festival si inserisce nello spazio di incontro tra cultura musicale, educazione, creatività giovanile, comunicazione, orientamento, produzione artistica e sviluppo territoriale. Non occupa lo spazio del format televisivo competitivo, né quello della sola iniziativa musicale tradizionale: si colloca in una zona intermedia e più ampia, dove il percorso artistico incontra formazione, comunità, imprese e istituzioni.

Spazio	Come si inserisce il Future Festival
Musica emergente	Offre un canale ordinato per presentare brani originali e percorsi artistici inediti o autonomi.
Educazione e orientamento	Crea occasioni di crescita, consapevolezza, preparazione al palco, gestione dei materiali, diritti, privacy e comunicazione.
Cultura e territorio	Rende il territorio marchigiano un luogo di accoglienza, ascolto e produzione culturale.
Impresa e filiera creativa	Coinvolge service, comunicazione, produzione, sponsor, partner tecnici, operatori culturali e professionisti.
Media e narrazione	Produce contenuti, storie, interviste, backstage, comunicati, rubriche e racconto positivo dei giovani.
Comunità	Attiva famiglie, scuole, università, pubblico e realtà territoriali attorno a un progetto condiviso.

7. Concept: destinatari, desideri, paure e abitudini

Il concept del Future Festival può essere letto attraverso una logica di valore: per ciascun gruppo destinatario è necessario comprendere chi è, cosa desidera, cosa teme, quali abitudini ha e quale valore il Festival può creare per lui.

Concept sintetico

Per artisti emergenti, lavoratori e professionisti della filiera musicale-culturale, imprese di settore e pubblico che desiderano un luogo credibile dove voce, musica originale, identità, competenze e relazioni possano diventare percorso, il Future Festival offre un sistema artistico-culturale indipendente, documentato, trasparente e comunicabile, fondato su Future Journey, Future Village, finale live e produzione del progetto vincitore.

Segmento	Artisti emergenti
Chi	Cantanti, cantautori, musicisti, band e gruppi tra 15 e 35 anni, residenti o domiciliati in Europa, con un brano originale e un progetto artistico da far emergere.
Desideri	Essere ascoltati, avere un palco, sentirsi riconosciuti, ottenere visibilità, confrontarsi con professionisti, trasformare un brano in progetto.
Paure / barriere	Essere giudicati superficialmente, non avere strumenti, non sapere come candidarsi, non essere presi sul serio, perdere il controllo sui propri diritti o sulla propria immagine.
Abitudini	Usano social, piattaforme streaming, video brevi, home recording, community musicali, scuole, sale prova, reti amicali e contenuti digitali.
Valore creato	Percorso chiaro, regole trasparenti, ascolto qualificato, finale live, comunicazione, schede artista, supporto alla produzione e dignità progettuale.

Segmento	Lavoratori e professionisti della filiera
Chi	Tecnici audio/luci, videomaker, fotografi, comunicatori, uffici stampa, produttori, formatori, service, addetti accoglienza, sicurezza, amministrazione e logistica.
Desideri	Lavorare in un progetto ordinato, con ruoli chiari, visibilità professionale, continuità, rete, contenuti e ricaduta culturale.
Paure / barriere	Disorganizzazione, incarichi non chiari, tempi non rispettati, comunicazione confusa, scarsa sostenibilità economica o logistica.
Abitudini	Operano per commessa, collaborano su eventi, usano portfolio, referenze, reti professionali, materiali tecnici e scadenze operative.
Valore creato	Struttura documentale, calendario, governance, database, modulistica, brief tecnici, visibilità e possibilità di relazione con enti e imprese.

Segmento	Imprese di settore, partner e sponsor
Chi	Aziende, banche, fondazioni, media, service tecnici, scuole di musica, imprese culturali, operatori digitali, agenzie e realtà territoriali.
Desideri	Associare il proprio marchio a giovani, cultura, futuro, talento, territorio, educazione, innovazione e responsabilità sociale.
Paure / barriere	Investire in un progetto poco chiaro, avere bassa visibilità, non comprendere ritorni, mancare di rendicontazione, essere associati a format generici.

Abitudini	Valutano dossier, visibilità, reputazione, report, eventi, relazioni istituzionali, storytelling e opportunità di presenza fisica o digitale.
Valore creato	Pacchetti partner, Future Village, contenuti dedicati, report, attivazioni speciali, presenza nel racconto del Festival e connessione con giovani e territorio.

Segmento	Pubblico, famiglie, scuole e comunità
Chi	Persone interessate alla musica, famiglie dei partecipanti, studenti, docenti, appassionati, cittadinanza, comunità locali e pubblico digitale.
Desideri	Vivere un evento autentico, scoprire storie, sostenere giovani, partecipare a un'esperienza culturale, riconoscersi in una comunità positiva.
Paure / barriere	Percepire l'evento come copia di altri format, confusione nelle informazioni, scarsa accessibilità, eccessiva distanza dai giovani o dai territori.
Abitudini	Partecipano a eventi locali, seguono social, guardano video brevi, condividono storie, cercano esperienze familiari, inclusive e riconoscibili.
Valore creato	Accesso a contenuti, storytelling, Future Village, finale live, Premio del Pubblico, esperienza comunitaria e racconto positivo del talento emergente.

8. A chi interessa oltre a noi

Il Future Festival interessa a una pluralità di soggetti perché combina musica originale, educazione, giovani, territorio, comunicazione, impresa e cultura. La sua forza non sta solo nella finale, ma nella capacità di creare relazioni e contenuti prima, durante e dopo l'evento.

Interlocutore	Perché può essere interessato
MIM e sistema scolastico	Promozione della creatività degli studenti, educazione musicale, cittadinanza culturale, orientamento, ascolto e valorizzazione dei talenti.
Regione Marche ed enti territoriali	Ricaduta culturale, attrattività, politiche giovanili, partecipazione, promozione del territorio e collegamento tra cultura, turismo e impresa.
Università	Coinvolgimento studenti, comunicazione, orientamento, ricerca su eventi, sostenibilità, laboratori, cori e progettazione culturale.
Fondazioni ed enti culturali	Sostegno a finalità educative, sociali, inclusive, musicali, giovanili e territoriali.
RAI, media e piattaforme	Racconto culturale e sociale di giovani, musica originale, territorio, storie autentiche e comunità creativa.
Imprese e sponsor	Presenza reputazionale in un progetto valoriale, giovane, culturale, territoriale e comunicabile.
Teatri e luoghi culturali	Valorizzazione degli spazi come luoghi di giovani, musica originale, pubblico e progettazione culturale.
Famiglie e pubblico	Partecipazione a un'esperienza positiva, accessibile, riconoscibile e non ridotta a competizione televisiva.

9. Per chi creiamo valore

Il progetto crea valore per destinatari diretti, beneficiari indiretti e stakeholder di sistema. Questa distinzione permette di leggere il Festival non come evento isolato, ma come piattaforma di impatto culturale e relazionale.

Beneficiario	Valore creato
Artisti emergenti	Ascolto, valutazione, comunicazione, palco, confronto, produzione, riconoscimento e crescita.
Scuole e università	Opportunità di orientamento, creatività, partecipazione, laboratori, racconto delle competenze e connessione con il territorio.
Famiglie	Contesto sicuro, regolamentato e culturalmente positivo in cui sostenere i giovani.
Pubblico	Esperienza musicale autentica, racconto di storie, partecipazione e scoperta di nuovi talenti.
Professionisti	Lavoro qualificato, visibilità, rete, progettualità, continuità e presidio tecnico-organizzativo.
Partner e sponsor	Valore reputazionale, presenza nel Future Village, contenuti, report, storytelling e connessione con giovani e comunità.
Territorio	Attrattività culturale, contenuti, presenze, media, eventi, relazioni istituzionali e promozione positiva.
HERCULES	Consolidamento di un asset culturale proprietario, replicabile e sostenibile.

10. Sistema di offerta

Il sistema di offerta del Future Festival è multilivello: non propone solo un palco, ma un percorso, un ecosistema di servizi, contenuti, relazioni e opportunità. Ogni livello è connesso agli altri e contribuisce alla riconoscibilità del progetto.

Livello di offerta	Contenuto
Offerta artistica	Bando, candidatura, ascolto, valutazione preliminare, percorso di emersione/semifinale, finale live, riconoscimenti e produzione del singolo originale.
Offerta educativa	Orientamento alla responsabilità creativa, gestione del brano, diritti, immagine, privacy, comunicazione e preparazione al palco.
Offerta relazionale	Future Village, incontri, talk, partner, sponsor, scuole, università, professionisti e comunità.
Offerta comunicativa	Storytelling degli artisti, social media, ufficio stampa, video, interviste, backstage, contenuti fotografici e report.
Offerta istituzionale	Dossier, report, indicatori, possibilità di patrocinio, collaborazione culturale e presentazione a enti.
Offerta per partner/sponsor	Pacchetti di visibilità, attivazioni speciali, presenza fisica e digitale, contenuti dedicati, rendicontazione e valore reputazionale.
Offerta identitaria	Logo, mascotte Futù, claim, materiali coordinati, linguaggio proprietario e posizionamento differenziante.

11. Attività centrali

Le attività centrali sono quelle senza le quali il Future Festival non potrebbe esistere. Sono attività essenziali, direttamente collegate alla progettazione, alla selezione, alla gestione artistica e alla realizzazione dell'evento.

Area	Attività centrali
Project management	Cabina di regia, cronoprogramma, riunioni operative, controllo rischi, coordinamento documenti, budget, responsabilità e scadenze.
Direzione artistica	Indirizzo artistico, ascolto, valutazione, criteri, coerenza musicale, accompagnamento e composizione della Commissione Artistica.
Segreteria organizzativa	Gestione iscrizioni, documenti, comunicazioni, archiviazione, verifiche, integrazioni e contatti con i candidati.
Bando e modulistica	Pubblicazione, aggiornamento, domande, privacy, liberatorie, schede tecniche, dichiarazioni e modulistica attuativa.
Produzione evento	Sede, palco, service audio/luci, prove, soundcheck, logistica, accoglienza, sicurezza, ordine di esibizione e regia operativa.
Comunicazione	Sito, social, stampa, radio, video, foto, grafica, storytelling, contenuti artisti, promozione bando e finale.
Fundraising	Individuazione partner e sponsor, dossier, proposte, contratti, benefit, scadenze, attivazioni e rendicontazione.
Amministrazione	Contabilità, contributi organizzativi, documentazione fiscale, contratti, assicurazioni, privacy, pagamenti e report.

12. Attività aggiuntive

Le attività aggiuntive aumentano il valore del progetto, rafforzano la dimensione educativa e ampliano il coinvolgimento degli stakeholder. Non sono tutte indispensabili nella fase di avvio, ma diventano importanti per rendere il Festival più riconoscibile, solido e attrattivo.

- workshop su scrittura, interpretazione, presenza scenica, gestione dell'emozione, comunicazione artistica e diritti musicali;
- incontri con professionisti della musica, produttori, tecnici, comunicatori, giornalisti, formatori e operatori culturali;
- rubriche social dedicate agli artisti, alle storie, al backstage, alla mascotte Futù e al percorso Future Journey;
- schede artista e mini-interviste per presentare i partecipanti in modo umano e professionale;
- percorsi con scuole e università su creatività, orientamento, musica originale, comunicazione e progettazione culturale;
- momenti di educazione all'ascolto rivolti al pubblico, alle famiglie e agli studenti;
- attività di media partnership, podcast, video recap, press kit, contenuti fotografici e storytelling territoriale;
- report conclusivo di impatto da consegnare a enti, partner, sponsor e stakeholder.

13. Attività collaterali

Le attività collaterali sono iniziative che accompagnano il Festival e ne aumentano riconoscibilità, partecipazione e sostenibilità. Devono rimanere coerenti con l'identità del progetto e non sovrapporsi alla missione principale.

Attività collaterale	Funzione
Future Village	Spazio di incontro tra artisti, pubblico, famiglie, scuole, università, partner, sponsor, imprese e professionisti.
Mascotte Futù	Elemento narrativo e visuale per parlare ai giovani, creare riconoscibilità, contenuti social, materiali educativi e merchandising.
Gadget e merchandising	Magliette, shopper, badge, lanyard, poster, adesivi, materiali staff e prodotti identitari, coerenti con il brand.
Mostre e installazioni	Spazi dedicati a creatività, arte, fotografia, disegno, grafica, storia del progetto e materiali degli artisti.
Talk e tavoli tematici	Incontri su musica, futuro, educazione, tecnologia, intelligenza artificiale come supporto non sostitutivo, diritti e impresa culturale.
Attività media e radio	Interviste, rubriche, speciali, contenuti audio/video, backstage, racconto della finale e dei partner.
Premio del Pubblico	Coinvolgimento simbolico della comunità, senza alterare la graduatoria artistica salvo comunicazione ufficiale.
Eventi di avvicinamento	Presentazioni pubbliche, incontri nelle scuole, piccoli showcase, conferenze stampa e contenuti live.

14. Governance, presidio operativo e attuabilità

L'attuabilità del Future Festival deriva dalla possibilità di procedere per fasi progressive, con ruoli chiari, strumenti di controllo e documentazione ufficiale. La governance deve impedire dispersione organizzativa e garantire coerenza tra progetto culturale, bando, comunicazione, sponsor, logistica e produzione.

Area di governo	Responsabilità
Direzione generale	Coordinamento complessivo, rapporti istituzionali, responsabilità organizzativa, supervisione del progetto e scelte strategiche.
Direzione artistica	Indirizzo artistico, ascolto, valutazione, coerenza musicale, accompagnamento e relazioni con la Commissione Artistica.
Segreteria organizzativa	Iscrizioni, documenti, comunicazioni, archivi, scadenze, convocazioni, integrazioni e fascicoli dei partecipanti.
Produzione e logistica	Spazi, teatro, allestimenti, service, prove, soundcheck, sicurezza, accoglienza, backstage e gestione evento.
Comunicazione e media	Piano editoriale, sito, social, grafica, stampa, radio, video, foto, storytelling e materiali pubblici.
Fundraising e partnership	Relazioni con sponsor, partner tecnici, fondazioni, imprese, benefit, contratti, attivazioni e report.
Amministrazione e compliance	Budget, contabilità, privacy, liberatorie, assicurazione, documentazione fiscale, pagamenti e archiviazione.

Presidio operativo minimo

Per mantenere il progetto attuabile è necessario un coordinamento costante tra Project Management, Direzione Artistica, Produzione, Logistica, Comunicazione, Fundraising e Amministrazione. Ogni area deve avere scadenze, responsabili, documenti e report periodici.

15. Cronologia progettuale e indicatori

La cronologia deve essere coerente con l'apertura del bando, la raccolta candidature, la chiusura delle iscrizioni, la fase di valutazione, la preparazione del Festival e la realizzazione dell'evento nel mese di ottobre 2027.

Fase	Periodo	Risultato atteso
Assetto e documenti	Giugno - luglio 2026	Bando, regolamento, dossier, modulistica, database, piano editoriale e materiali di base definiti.
Promozione bando	Luglio 2026 - agosto 2027	Campagna continuativa su sito, social, scuole, università, media, partner e territorio.
Raccolta candidature	25 giugno 2026 - 31 agosto 2027	Ricezione iscrizioni, materiali artistici, liberatorie, documenti e contributi di segreteria.
Verifica e valutazione	Durante il bando e settembre 2027	Istruttoria documentale, ascolto e valutazione preliminare, individuazione ammessi alle fasi successive.
Produzione finale	Settembre 2027	Programma, prove, comunicazione finalisti, allestimenti, service, sicurezza, logistica e Future Village pronti.
Festival	Ottobre 2027	Evento live, finale, Premio del Pubblico, premiazione, contenuti media, report e follow-up.
Restituzione e sviluppo	Novembre 2027	Report impatto, ringraziamenti, materiali, follow-up sponsor/enti e avvio progettazione edizione successiva.

Indicatori principali

Area	Indicatori
Partecipazione	Numero iscrizioni, artisti ammessi, territori rappresentati, età, categorie artistiche e completezza documentale.
Produzione artistica	Brani originali raccolti, esibizioni, prove, materiali audio/video, schede artista e contenuti prodotti.
Coinvolgimento educativo	Scuole, università, studenti informati, laboratori, incontri e attività di orientamento.
Comunicazione	Copertura stampa, reach social, visualizzazioni, interazioni, contenuti video, comunicati e pubblicazioni.
Rete	Partner, sponsor, fondazioni, enti, professionisti, media e imprese coinvolte.
Impatto culturale	Testimonianze, qualità delle esperienze, ritorno del pubblico, reputazione e continuità progettuale.

16. Conclusione operativa

Il Future Festival è un progetto concreto, progressivo e istituzionalmente presentabile. La sua forza risiede nella capacità di unire la dimensione artistica alla dimensione educativa, il palco alla comunità, il brano originale alla produzione, la comunicazione al territorio e la partecipazione giovanile alla responsabilità progettuale.

La corretta definizione del progetto consente di evitare la percezione di somiglianza con format televisivi o iniziative musicali generiche. Il punto distintivo non è la sola selezione musicale, ma l'insieme del sistema: Future Journey, Future Village, paternità artistica umana, documentazione trasparente, valore educativo, relazione con partner, produzione del singolo e racconto culturale delle nuove generazioni.

Messaggio finale

Il futuro ha bisogno di voce. Porta la tua. Future Festival: accendere il talento significa aiutare una voce a non spegnersi prima di aver provato a diventare musica.



HERCULES - La forza della conoscenza S.r.l.
Via Marco Polo 230/L - Osimo (AN) | P. IVA 02987610421
www.future-festival.it | info@future-festival.it | 351.1667073