



## Mathew Knowles al WMF: dai dati dietro il successo di Beyoncé all'AI. “Non abbiate paura del cambiamento”

*Ospite d'eccezione sul Mainstage del WMF – We Make Future 2026, Mathew Knowles è stato intervistato da Carlo Durante, CEO di Billboard Italia. Dal successo mondiale delle Destiny's Child e di Beyoncé alla nuova economia dei super-fan, Knowles ha portato al pubblico una masterclass sul futuro dell'industria musicale tra dati, proprietà intellettuale, AI e capacità di leggere il cambiamento prima degli altri.*

Bologna, 25 giugno 2026

Uno degli strategist più influenti dell'industria musicale globale, l'uomo dietro la costruzione del successo delle Destiny's Child e di Beyoncé, è salito sul Mainstage del **WMF – We Make Future 2026, Il Più Grande Evento sull'Innovazione: AI Tech e Digital**, per raccontare come si costruisce, si scala e si protegge un progetto musicale nell'era dell'Intelligenza Artificiale.

**Mathew Knowles**, Fondatore & CEO, Consulente Strategico, Keynote Speaker e Formatore Aziendale di **Music World Entertainment (MWE)**, è stato protagonista di un'intervista condotta da **Carlo Durante, CEO di Billboard Italia**, che ha trasformato il dialogo in una masterclass su musica, business, tecnologia e visione globale.

La presenza di Knowles al WMF ha portato in Italia ed Europa una testimonianza di calibro internazionale su come l'industria musicale sia cambiata e continui a trasformarsi: dalle cassette ai CD, dallo streaming all'AI, dai grandi cataloghi alla **fan economy**. Al centro, una lezione chiara: il successo artistico non si costruisce solo con il talento, ma con **strategia, dati, partnership, controllo dei diritti e capacità di anticipare i modelli del futuro**.

Knowles ha raccontato il passaggio dal suo percorso nel settore tecnologico all'ingresso nella music industry, spiegando come quell'esperienza abbia influenzato il suo approccio manageriale. Prima ancora dell'epoca dei social media e delle piattaforme di streaming, la costruzione del brand **Destiny's Child** si basava già su analisi dei dati, conoscenza dei consumatori, partnership strategiche e scalabilità. Un metodo che oggi appare pienamente contemporaneo, ma che allora rappresentava una visione pionieristica.

Nel dialogo con Durante, Knowles ha ricordato come il brand Destiny's Child sia stato costruito non solo attraverso musica e immagine, ma anche grazie a un ecosistema di collaborazioni con grandi partner internazionali. A partire da un budget iniziale limitato, la strategia si è ampliata attraverso accordi commerciali e partnership capaci di moltiplicare portata, visibilità e valore del progetto. Uno dei passaggi più attuali ha riguardato la **relazione con i fan**. Per Knowles, senza fan non esistono né la musica né l'artista. La sfida, oggi, non è più solo raggiungere grandi numeri, ma **costruire community fedeli**, esperienze esclusive e relazioni profonde con il pubblico. È la nuova **economia dei super-fan**, dove una parte ristretta ma altamente coinvolta della fanbase può generare una quota decisiva del valore economico di un progetto artistico.

L'intervista ha poi affrontato il tema dell'**Intelligenza Artificiale**, che Knowles ha invitato a non leggere come una minaccia, ma come una nuova opportunità. L'AI può accelerare processi creativi, amministrativi e organizzativi, fino alla progettazione dei tour: visualizzazione dei



palchi, guardaroba, coreografie, logistica e produzione possono essere immaginati e ottimizzati con strumenti che aprono nuovi scenari per artisti, manager e industrie creative.

*“L’industria musicale è come un bersaglio in movimento”*, ha affermato Knowles, richiamando la natura fluida e globale di un settore che cambia continuamente. In questo scenario, ha sottolineato, diventa **centrale il controllo della proprietà intellettuale**: chi comprende il valore di diritti, licenze, cataloghi e algoritmi ha la possibilità di costruire modelli più solidi, scalabili e duraturi.

Knowles ha riportato anche il caso Destiny’s Child come esempio di brand management di lungo periodo. Il gruppo non è stato pensato solo come progetto musicale, ma come piattaforma capace di generare carriere soliste, cataloghi, nuove narrazioni e ulteriori forme di monetizzazione nel tempo. Una visione che, all’inizio, non era stata compresa da tutti, ma che oggi racconta la lungimiranza di un modello costruito per durare. In chiusura, il manager ha lasciato al pubblico del WMF un messaggio di resilienza davanti alle trasformazioni tecnologiche e alle difficoltà: *“Non pregare per una vita libera dai guai, ma per la felicità nei guai”*. Le avversità, ha spiegato, non vanno evitate né temute: sono spesso il luogo in cui nasce l’opportunità.

Dal Mainstage del WMF, Mathew Knowles ha portato una lezione di visione e coraggio: nell’industria musicale, come in ogni settore attraversato dall’innovazione, **il cambiamento non va subito. Va letto, governato e trasformato in valore. Con dati, diritti, fan, AI e nessuna paura del futuro.**

WMF - We Make Future è ideato, organizzato e prodotto da Search On Media Group. La manifestazione si svolge con il **Patrocinio del Parlamento Europeo, della Commissione Europea, MAECI - Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, della Regione Emilia - Romagna e **del Comune di Bologna**. Con il supporto del **MAECI - Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**, di **ICE - Agenzia per la promozione all’estero e l’internazionalizzazione delle imprese italiane e della Regione Emilia-Romagna**. In partnership con **Visit Emilia - Romagna**. Con la collaborazione di **BolognaFiere, Cineca ed ESA - European Space Agency**. **Main Sponsor dell’edizione 2026 Philip Morris e Dell Technologies e Intel.**

**WMF - We Make Future, La più grande Fiera Internazionale e Festival sull’Intelligenza Artificiale, la Tecnologia e l’Innovazione Digitale** Il 24 - 25 - 26 GIUGNO 2026, presso BolognaFiere, torna il WMF - We Make Future, fiera internazionale certificata interamente dedicata al mondo dell’innovazione. Manifestazione di richiamo globale, riunisce annualmente il meglio dell’artificial intelligence, della tecnologia e dell’innovazione digitale e sociale, insieme ai principali player internazionali, startup, scaleup, investitori, istituzioni, università ed enti non-profit. Con più di 73.000 presenze da 90 Paesi nel 2025, +700 espositori, oltre 1.000 speaker e ospiti da tutto il mondo, + 2.800 B2B meeting organizzati, 3.000 tra startup e investitori, e partner coinvolti per un portafoglio di investimenti pari a 1.500 miliardi, +304 miliardi di AUM, oltre 72,8 miliardi di dollari in operazioni finanziate e più di 17.000 round di investimento gestiti, il WMF è la Fiera internazionale di riferimento per il mondo dell’innovazione.

**Saudi Makes Future - The Largest AI Exhibition in the Middle East**

Saudi Makes Future è l’edizione saudita di WMF - We Make Future, fiera internazionale certificata e piattaforma globale di riferimento per l’innovazione, l’Intelligenza Artificiale e le tecnologie. Sviluppato attraverso la collaborazione tra Search On Media Group, WMF - We Make Future e PNG Saudi,



l'evento si terrà dal 14 al 16 dicembre 2026 a Riyadh, presso il Riyadh International Convention & Exhibition Center. In continuità con la visione, l'esperienza e l'architettura tematica del WMF, Saudi Makes Future declina il format in chiave AI, articolandosi in 14 settori strategici che esplorano l'impatto dell'Intelligenza Artificiale su business, industria, società e istituzioni. Inserito nel quadro della Saudi Vision 2030, l'evento si propone come una piattaforma internazionale di incontro, cooperazione e sviluppo, rivolta ad aziende, startup, investitori e stakeholder interessati a nuove opportunità di crescita, formazione e innovazione nel Medio Oriente e a livello globale.

**Search On Media Group - Humans Leading Innovation** Dal 2004 l'azienda ha l'obiettivo di diffondere la cultura digitale gestendo community, supportando attività di condivisione e svolgendo consulenza strategica e operativa, con il reparto Search On Consulting, nel settore del Digital Marketing e della Digital Transformation per grandi aziende. Dall'esperienza e dalla professionalità di Search On Media Group nascono poi la Business Unit Event Agency - che organizza il WMF e altri eventi proprietari e per clienti - e la piattaforma ibrida.io - che gestisce eventi online, ibridi e offline, in modo personalizzabile e flessibile.

### Per informazioni e materiale

Search On Media Group SRL  
Via Ugo Bassi 7, 40121 Bologna (BO)  
Ufficio Stampa WMF: [press@wemakefuture.it](mailto:press@wemakefuture.it)  
Tel: 051 0951294  
[www.wemakefuture.it](http://www.wemakefuture.it)

## #WMF2026 | International Trade Fair and Festival on Innovation: AI, Tech and Digital.

POWERED BY



WITH THE SUPPORT OF



UNDER THE PATRONAGE OF



SCIENTIFIC PARTNERS

