

Agentforce World Tour 2026: Salesforce guida la trasformazione verso un modello di AI agentica

2026-06-23 07:07:11 di Giulia Zamponi

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/06/23/agentforce-world-tour-2026-salesforce-guida-la-trasformazione-verso-un-modello-di-ai-agentica/>

Ogni azienda può diventare Agentic Enterprise, in cui i dipendenti umani e gli agenti AI lavorano insieme all'interno di un ecosistema collaborativo e fluido. Questo è uno dei messaggi promossi dall'**Agentforce World Tour 2026, organizzato da Salesforce**, che si è tenuto al Centro Congressi Allianz MiCo di Milano per una giornata interamente dedicata alle nuove frontiere dell'intelligenza artificiale agentica. “In Salesforce



ca, dove agenti umani e virtuali una straordinaria opportunità di **al Manager di Salesforce Italia.**

L'evento ha coinvolto circa 6.000

persone in una giornata scandita da oltre 90 sessioni di approfondimento, più di 30 testimonianze clienti e dalla presenza di esperti locali e internazionali. Al centro del dibattito, una sfida concreta: come le aziende italiane possano compiere il salto da una sperimentazione frammentata a una vera e propria adozione dell'intelligenza artificiale nei processi di business. “In Italia siamo di fronte ad un divario agentic, con aziende ferme alla fase pilota, frenate da dati incompleti e governance assente, e chi invece ha già intrapreso dei progetti di trasformazione guidati dall'AI. La piattaforma Salesforce, con i suoi 27 anni di innovazione, è la risposta per portare gli agenti AI dentro i processi di business, ampliando costantemente il valore offerto ai nostri clienti”, ha continuato Fortarezza. **In Italia c'è un forte divario agentic**: molti progetti piloti falliscono e non arrivano al secondo step.

Headless 360: la piattaforma che parla il linguaggio degli agenti

La risposta di Salesforce al divario agentic si chiama Headless 360, annunciato in keynote da Vanessa Fortarezza e Nicola Lalla, VP solution engineering di Salesforce. È la soluzione che permette a tutti gli agenti AI di accedere all'ecosistema Salesforce. Headless 360 espone come servizio MCP (Model Context Protocol) di Anthropic tutte le funzionalità della piattaforma, inclusa la configurazione. Oggi è dunque possibile personalizzare Salesforce in modalità agentica con strumenti Claude Code, Windsurf o Cursor beneficiando



al mondo.

“Per anni abbiamo costruito applicazioni per le

persone. Oggi abbiamo una nuova famiglia di utenti: gli agenti AI. Headless 360 dà loro accesso a tutto ciò che le aziende hanno già in Salesforce, dati, processi, regole, indipendentemente dalla piattaforma su cui operano. Non si parte da zero: si costruisce su un’infrastruttura già funzionante”, ha spiegato **Nicola Lalla, VP solution engineering di Salesforce**. Si tratta di un nuovo paradigma organizzativo: tra le realtà che hanno già intrapreso questo percorso c’è **UniCredit**, che in keynote ha mostrato come, anche in un settore regolato dove governance dei dati e conformità normativa sono vincoli non negoziabili, sia possibile trasformarsi in una banca agentica, con agenti AI che ridisegnano la relazione con milioni di clienti. Le persone sono l’asset principale e vengono affiancate dall’AI, non sostituite. **Gli agenti AI sono in grado di ragionare, adattarsi e agire in autonomia**. Queste capacità li aiutano a gestire attività ripetitive e dispendiose in termini di tempo. Gli agenti possono prendere decisioni e agire per raggiungere il risultato desiderato, consentendo ai dipendenti di concentrarsi su un lavoro di maggior valore. Grazie a questo tempo guadagnato, i dipendenti possono concentrarsi su attività che traggono vantaggio dalla creatività, dal pensiero strategico e dall’intelligenza emotiva.

Trenitalia: l’innovazione viaggia alla velocità di un Frecciarossa

Trenitalia, primo operatore ferroviario italiano con 570 milioni di passeggeri l’anno e tra i principali in



Europa, ha illustrato come la tecnologia Salesforce stia guidando la propria evoluzione in un mercato in continua crescita e a supporto delle funzioni di sales e customer experience. L’obiettivo è che la trasformazione digitale possa potenziare le persone senza sostituirle.

“Con Salesforce stiamo sperimentando nuove

modalità di contatto e servizio attraverso il canale WhatsApp con un’esperienza conversazionale orientata alla semplicità e all’accessibilità. Salesforce è per Trenitalia un vero compagno di viaggio e un abilitatore di nuove opportunità, poiché ci aiuta a comprendere meglio i bisogni dei clienti, a rendere più efficace la relazione e a costruire un’esperienza sempre più integrata e personalizzata lungo tutto il percorso di interazione”, ha dichiarato **Francesco Cacciapuoti, chief sales officer di Trenitalia**.

"Now to Next": il reskilling degli atleti con Valentina Marchei

L'Agentforce World Tour Milano 2026 ha ospitato anche una testimonianza dal forte valore sociale: il **progetto "Now to Next", l'iniziativa dedicata ad atleti ed ex atleti che cercano un ingresso nel mondo del lavoro** al termine delle loro carriere sportive. Realizzato in collaborazione con Randstad e Samsung, il programma ha messo a disposizione gratuitamente esperti Salesforce per offrire un percorso formativo di tre settimane sulle tecnologie emergenti, raggiungendo oltre 25 atleti. Sul palco, a raccontare questa esperienza **Valentina Marchei, campionessa italiana di pattinaggio artistico su ghiaccio** e responsabile del programma Ambassador di Fondazione Milano Cortina 2026, che ha sottolineato il valore concreto di iniziative come "Now to Next" per garantire continuità lavorativa e nuove prospettive alla comunità sportiva italiana.

Agentic Enterprise in Action: la città degli agenti

All'interno dell'Agentforce World Tour quest'anno una novità: **la presenza dell'area Agentic Enterprise in Action**. Un'esperienza immersiva pensata per vedere da vicino come le aziende usano gli agenti AI per lavorare meglio e servire i propri clienti. Format walk-in e demo approfondite hanno guidato i visitatori attraverso una "città virtuale" di stand aziendali, con casi d'uso live di aziende come Leapmotor, Boggi Milano, Safilo, Euronics e la stessa Trenitalia.

Un ecosistema che scala l'innovazione

La giornata ha confermato la profondità dell'ecosistema Salesforce in Italia: oltre trenta clienti hanno portato le proprie testimonianze di trasformazione agentic, affiancati da partner come **Arsenalia, Atlantic Technologies (an Eng Company), Deloitte e Accenture**, che contribuiscono ogni giorno a rendere scalabile l'innovazione nelle imprese italiane. **LEGGI ANCHE: [Salesforce investirà un miliardo di dollari in Italia per la crescita dell'AI agentic](#)**

Guarda le interviste di *Forbes Italia*, realizzate durante l'evento Agentforce World Tour 2026.

Intervista a Vanessa Fortarezza, SVP e Country General Manager:

<https://youtu.be/NeINExNtGv4>

Le voci dei clienti:

Trenitalia: intervista a Francesco Cacciapuoti, chief sales officer

<https://youtu.be/O69Y4B88kdo>

Leapmotor: intervista a Christos Tsafonias, marketing manager

<https://youtu.be/uYvLJLcFSQ>

Best Western: intervista a Sara Digiesi, ceo

<https://youtu.be/TjTCucJR8Ag>

Le voci dei partner:

Accenture: intervista ad Alessandro Diana, partner

<https://youtu.be/gRQqFQSRHJ0>

Arsenalia: intervista a Gianluigi Alberici, partner

<https://youtu.be/zDnx9BkYBdc>

Engineering: intervista ad Alessandro Spigaroli, partner

https://youtu.be/YxqVqsQ-_Xs
