

La funzione del sistema di reporting in azienda

di [Flavio Schembri](#)

Pubblicato il 16 Giugno 2025

Il reporting aziendale non è solo numeri: è comunicazione, relazioni e cultura organizzativa. Quando i dati dialogano davvero tra reparti, nascono efficienza, decisioni migliori e benessere. Scopriamo come trasformare i report in uno strumento strategico.

In un'epoca in cui le **aziende** sono sempre più **orientate alla performance**, parlare di **reporting** significa parlare non solo di numeri e dati, ma anche – e soprattutto – di **comunicazione funzionale tra i diversi settori aziendali**. Il modo in cui le informazioni vengono condivise, elaborate e interpretate influisce direttamente su produttività, efficienza operativa e benessere organizzativo. Ecco perché il sistema di reporting **dovrebbe essere concepito** non solo come uno strumento tecnico bensì **come un processo comunicativo e relazionale**. Un buon reporting non può prescindere da una comunicazione efficace tra le funzioni aziendali. Quando questa viene trascurata, si generano errori, ritardi, conflitti e demotivazione.

Il sistema di reporting in azienda

Da un punto di vista aziendalistico il sistema di reporting è uno strumento che **permette di monitorare e valutare le performance dell'organizzazione consentendo di raccogliere, analizzare e presentare dati rilevanti per supportare le decisioni strategico-operative**. Lo scopo primario di un sistema di reporting è quello di diffondere conoscenza all'interno del sistema azienda la cui conoscenza permette non solo di mettere in luce aspetti tecnici dei dati riportati ma anche di evidenziare comportamento, atteggiamenti

imprenditoriali che, nella maggior parte dei casi, si ripercuotono direttamente sulle performance dell'azienda stessa. La possibilità di potere analizzare la bontà di un sistema di reporting adottando le lenti dell'interdisciplinarietà rappresenta un punto di forza che non si limita solamente a evidenziare aspetti tecnici i quali sarebbero altamente sterili e non portatori di conoscenza se scevri dall'aspetto



relazionale e psicologico. Tale mistura conferisce al medesimo strumento di conferire informazioni e conoscenze quanti-qualitative e cognitivo/comportamentali

Reporting e comunicazione interfunzionale: due facce della stessa medaglia

Il reporting aziendale ha lo **scopo di fornire informazioni strutturate per supportare decisioni strategiche e operative**. Ma per funzionare, ha bisogno di u

Abbonati per poter continuare a leggere questo articolo

Progettato e realizzato da professionisti, per i professionisti, ogni piano di abbonamento comprende:

- contenuti autorevoli, puntuali, chiari per aiutarti nel tuo lavoro di tutti i giorni
- videoconferenza, per aggiornarti e ottenere crediti formativi
- una serie di prodotti gratuiti, sconti e offerte riservate agli abbonati
- due newsletter giornaliere

A partire da 15€ al mese

Scegli il tuo abbonamento