

Routine skin care e QoL

La gradevolezza cosmetica e la
qualità di vita

Scienza Cosmetica®- SCBG srl

Simonetta D'Agostino

SICC - 19.05.2026

Gli Strumenti HRQoL

Un **HRQoL instrument** è uno **strumento strutturato e validato**, generalmente un questionario, che intende misurare la **Health-Related Quality of Life**, cioè quanto una condizione fisica, un trattamento o uno stato di salute impatta sulla **qualità di vita percepita** dalla persona.



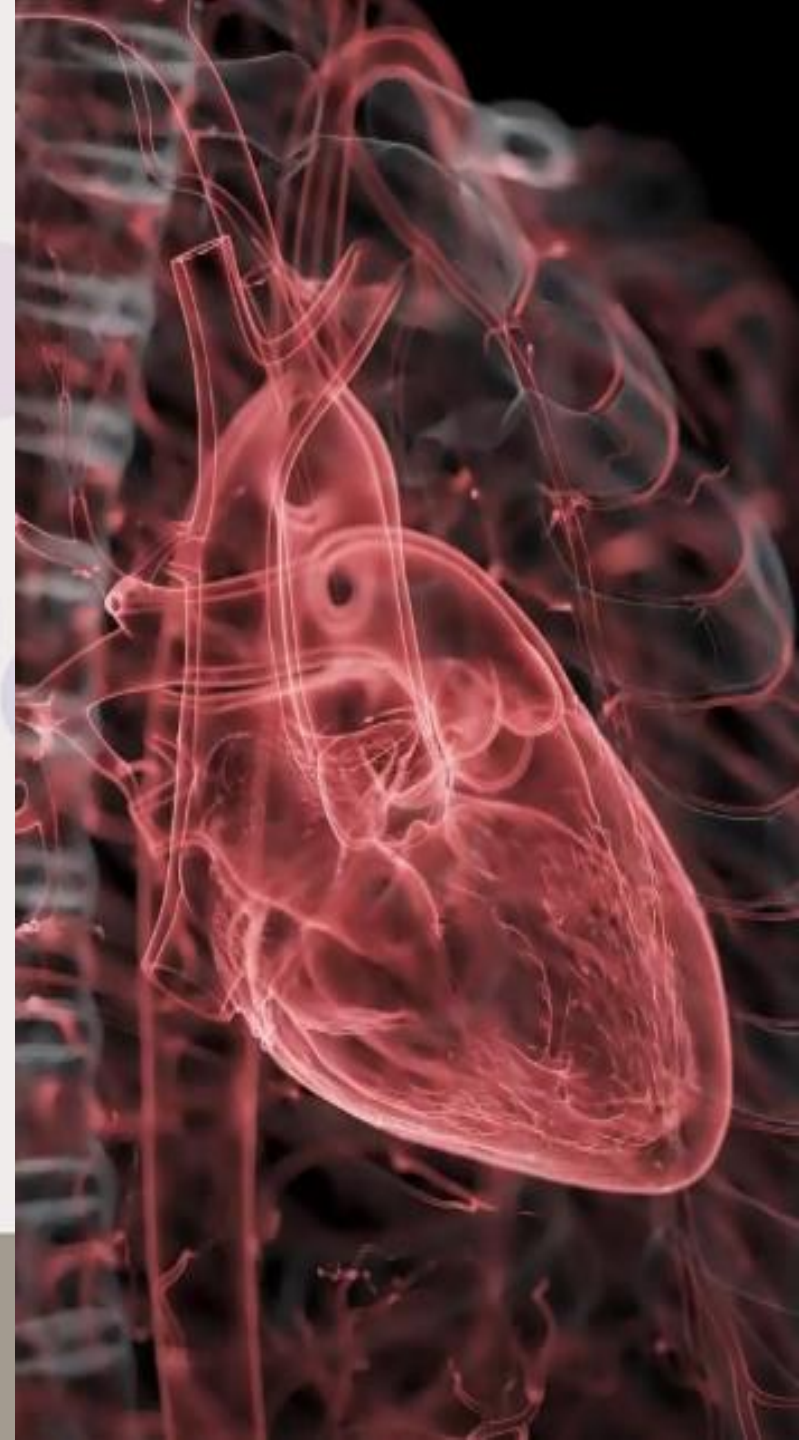
Gli Strumenti HRQoL

Origine degli strumenti HRQoL

Per molto tempo l'efficacia di un trattamento clinico è stata valutata con **parametri "hard"** quali mortalità, sopravvivenza, valori clinici, diagnosi

A partire dagli anni '70 si inizia capire che a latere c'era il bisogno di verificare anche **come si vivesse durante e dopo il trattamento;** così nascono i primi strumenti validati di misura di altri parametri. (1)

La qualità di vita QoL diventa quindi un **outcome,** cioè il **risultato misurato di un evento** che riguarda il vivere, non più correlato a uno stato di infermità



Gli Strumenti HRQoL

FQoL

Nel 2009, prendendo spunto dai tanti strumenti che stimavano l'impatto dei trattamenti clinici, viene creato da Farage et alii il FQoL instrument che misura **l'impatto dell'introduzione di un Consumer Good nelle abitudini dei consumatori in termini di QoL** . (2)

La struttura del FQoL prevedeva 27 domande suddivise in 3 moduli:
Overall QoL, Wellbeing, Energy&Vitality



FQoL e Skin Care Routine

FQoL - SC

Solo nel 2020, viene pubblicato uno studio che utilizza il **Farage QoL™ integrato con uno Skin Care Module** per valutare l'impatto di una routine skincare cosmetica composta da vari prodotti sulla qualità di vita di consumatrici sane. (3)

Table 2. Structure of the Farage Quality of Life (FQoL™) Instrument.

Domains	Sub-Domains	Number of Items	Definition
	Quality of Life	1	Overall quality of Life
Well-Being	Emotion	5	Reflects a positive outlook on life
	Self-Image	5	Reflects self-acceptance, self-confidence and physical appearance
	Self-Competence	2	Reflects self-competence
Energy and Vitality	Personal Pleasure	7	Includes the things consumers do for leisure and pleasure.
	Physical State	4	Involves physical activities, energy, household activities consumers do.
	Routine Activity	3	Involves routine daily things consumers do in their lives.
	Skin Care Module	5	Questions on empowerment, self-esteem, confidence, attractiveness, and happiness with facial skin conditions.

FQoL e Skin Care Routine

Panel

Table 1. Demographics of Study Groups.

	Australia Study	
	New Mothers ^a	National Rep ^b
Mean Age (\pm SD)	34 (\pm 4.8)	45 (\pm 12.0)
Age Range	22–50	22–65
# completing use phase	89	91
# completing deprivation phase	83	90

Nessuna domanda sul benessere correlato al miglioramento delle condizioni della pelle

^a Mothers with children 2 years old and under. ^b National Representative sample excluding mothers with children 2 years old and under.

FQoL e Skin Care Routine

Risultati

Panel Australiani mostrano **in relazione a modulo skin care**

+ autostima, potenziale, senso di gioia

E in relazione ai moduli standard

+ benessere (gruppo a)

+ energia e vitalità (gruppo b)



FQoL e Skin Care Routine

Risultati

Il panel Cinese, non chiamato a rispondere a domande relative alle condizioni della pelle, mostra

in relazione ai soli moduli standard

- + qualità di vita in generale
- + benessere



COSMETICO SICURO PIACEVOLE EFFICACE STABILE



Considerazioni

Una routine skin care, in condizioni normali, ha impatto sulla percezione della propria qualità di vita.

Questa percezione di miglioramento prescinde dalla misura diretta dei risultati sulle condizioni della pelle

Quale motore

Driver
comportamentale

G
R
A
D
I
L
E
Z
Z
A

Indici di gradevolezza

3. Farage QoL instrument - livello alto

verifica se l'uso continuativo del prodotto genera un beneficio percepito misurabile sul vissuto della pelle e sulla qualità di vita

2. Analisi comportamentale - livello intermedio

verifica come, quando e perché si utilizza realmente un prodotto skincare, e quali fattori favoriscono o ostacolano la trasformazione dell'uso in abitudine.

1. Indici di gradevolezza - livello base

quantificano il piacere sensoriale e la desiderabilità di utilizzo di un prodotto



Indici di gradevolezza

Non esiste un indice di gradevolezza standard ma delle metriche edoniche, anche raccolte in metodologie standard (ISO 11136:2014)

CREIAMO I NOSTRI
INDICI!



COSMETICO SICURO PIACEVOLE EFFICACE STABILE



Gradevolezza del cosmetico

È l'output **emotivo individuale**
elaborato attraverso una
percezione multisensoriale
integrata, capace di
amplificare la somma di singoli
effetti sensoriali con un
meccanismo di **superadditività**
(4)



Gradevolezza del cosmetico

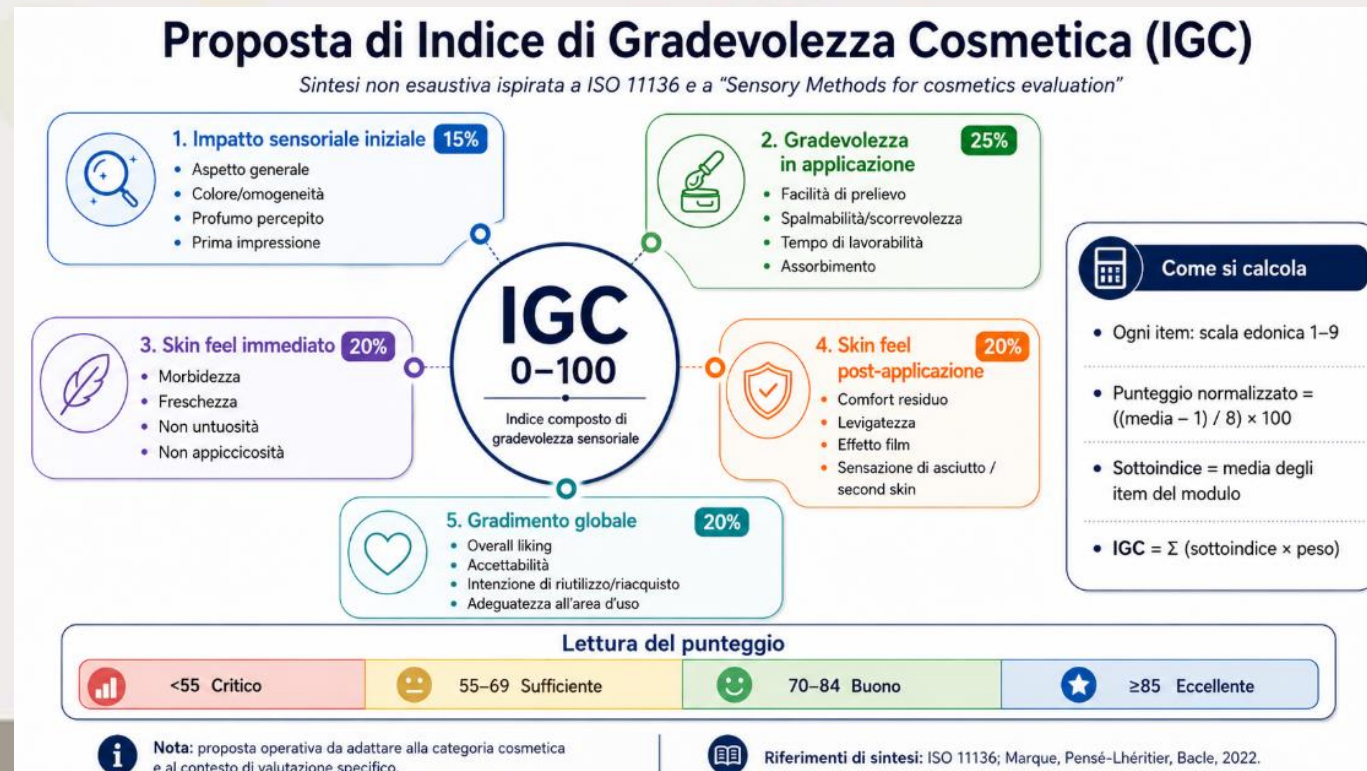


Nel valutare
un cosmetico
bisogna
considerare
**l'effetto
sinestetico**
dei parametri
che lo
caratterizzano

RO PIACEVOLE EFFICACE STABILE

Qualche Esempio

Prompt: 'crea un indice di gradevolezza che sintetizza alcuni degli indici non esaustivi deducibili dalla ISO11136 e dallo studio 'Sensory Methods for cosmetics evaluation' (5)



GRAZIE
e
buon lavoro!

- (1) <https://www.sciencedirect.com/topics/medicine-and-dentistry/sickness-impact-profile>
- (2) https://link.springer.com/article/10.1007/s11482-009-9087-5?utm_source=chatgpt.com
- (3) <https://www.mdpi.com/2079-9284/7/3/59?uid=42bf899700>
- (4) https://cosmeticsandtoiletries.texterity.com/cosmeticsandtoiletries/march_2018/MobilePagedReplica.action?pm=1&folio=34#pg37
- (5) <https://www.sciencedirect.com/science/chapter/edited-volume/abs/pii/B9780128219393000129>