



DIRECTIVOS Y EMPRESAS

El laboratorio de la OCU niega ante la juez que la crema Lidl sea la mejor

→ La juez avala las exclusivas de Economía Digital sobre la OCU



■ El laboratorio niega en los tribunales que la crema de 3 euros de Lidl sea la mejor del mercado, como publicó la OCU

**David Placer**

Economía Digital



Madrid, 02 de abril de 2018 (21:00 CET)

El laboratorio alemán contratado por la Organización de Consumidores y Usuarios, OCU, para elaborar su polémico estudio de cremas hidratantes, en el que la **crema Cien** de Lidl obtuvo el primer lugar por encima de marcas más caras y reconocidas como Clarins o L'Oreal, negó que la crema hidratante de los supermercados alemanes sea realmente la mejor del mercado, tal como publicitó OCU en una campaña mediática a finales de 2016.

El representante del laboratorio alemán **Institute Doctor Schareder** declaró en el juzgado 59 de primera instancia de Madrid el pasado 12 de marzo que ninguna crema hidratante entre las 47 analizadas por su laboratorio destacaba de forma sustancial por encima del resto. "No hay crema número 1", declaró Mathias Rohr, representante legal del laboratorio alemán en los juzgados de Madrid.

La contradicción

El estudio de la OCU sobre las cremas hidratantes levantó enorme polémica entre profesionales de la cosmética, dermatólogos y la propia patronal Stanpa, que reúne a 400 empresas del sector y que cuestionó públicamente.

La OCU se querelló contra este diario tras publicar las informaciones sobre las dudas surgidas a raíz del polémico estudio y la posterior campaña publicitaria de la OCU que disparó la venta de las cremas de Lidl. Este medio también destapó la singular estructura societaria de la OCU que cuenta con empresas en paraísos fiscales como Luxemburgo, Hong-Hong y las Islas Vírgenes Británicas.

La OCU se defendió al asegurar que el primer lugar de la crema low-cost de Lidl se basaba en un estudio realizado en laboratorio. Pero el propio laboratorio ha desmentido en tribunales a la Organización de Consumidores y Usuarios.

El representante del laboratorio admitió que las pruebas se habían elaborado en Alemania, bajo el encargo de una empresa con sede en Londres (International Consumer Report Test) que a su vez había sido contratada por la OCU, en pruebas en las que, además, no se incluía a ninguna usuaria española.

Los estudios publicados por la OCU incluían a 49 cremas vendidas en Europa, entre ellas algunas cremas de bajo coste como las de Mercadona. Pero en su informe final y en su revista, la OCU excluyó algunas de estas cremas (entre ellas las de Mercadona) sin ninguna explicación.

Mismos productos, resultados diferentes

La OCU, una entidad teóricamente sin ánimo de lucro, cuenta con una empresa que factura en España más de 25 millones de euros y forma parte de un entramado empresarial con sede central en Luxemburgo y con conexiones en paraísos fiscales. La trama empresarial es dirigida desde Bruselas por la asociación de consumidores Test-Achats, propietaria de la OCU.

Los estudios de cremas hidratantes tuvieron una misma prueba de laboratorio, la elaborada por el Institute Dr Schareder pero la OCU y sus asociaciones afiliadas pusieron distinta puntuación en los diferentes países donde tiene presencia. La crema Lidl, que ganó en España, fue excluida en Bélgica, donde se premió a la crema Kruidvat.

OCU puntuó de forma diferente a las mismas cremas en función del país donde se publicó el estudio. El producto de La Roche-Posay obtuvo 62 puntos en Bélgica y 63 en España. La crema Estée Lauder obtuvo 61 puntos en Bélgica y 60 en España y la crema de Lidl obtuvo 66 puntos en Portugal, 65 en Italia y España y fue expulsada del estudio en Bélgica, a pesar de que Lidl tiene presencia en ese país.

El tribunal ha desestimado la querella de la OCU contra este diario por las informaciones publicadas sobre sus polémicos estudios y sobre su entramado societario con conexiones en Hong-Kong y las Islas Vírgenes y ha considerado que las informaciones difundidas son veraces. Con la decisión, la OCU deberá asumir las costas tras haber perdido la querella.

Tras el juicio perdido, la asociación acaba de publicar otro estudio cosmético, el de las cremas anti-celulíticas, donde la OCU critica la falta de eficacia de estos productos y la “publicidad excesiva”.