

09.03.2026

Виталий Абрамов: «Рынок БАДов в России растёт двузначными темпами, и спрос становится осознаннее»

Российская инновационная биотехнологическая компания VARSEAS (ООО “АС РС”) занимается разработкой и производством биоактивных ингредиентов полного цикла — прежде всего, на основе морского неденатурированного коллагена, полученного из тканей глубоководного моллюска. О том, как развиваются современные биотехнологии в России, и о перспективах рынка БАДов, мы поговорили с создателем бренда VARSEAS Виталием Абрамовым.

— Что вдохновило Вас начать свой путь в биотехнологиях и создать бренд VARSEAS?

— После создания нескольких компаний в производственной сфере, я искал проект, который «оставит след», а не просто принесёт прибыль. В 2018 году произошло знакомство с научной разработкой, которую не смогли довести до промышленного масштаба. Технология существовала, часть исследований были проведены, но не хватало доказательной базы и бизнес-компетенций для промышленной реализации.

Когда понял масштаб задачи, и что речь идёт о единственной в мире технологии производства неденатурированного

морского коллагена, решение было принято. Впервые за всю карьеру сказал себе: если что-то пойдёт не так, виноват буду только я. Если получится — это тоже моя заслуга. Такой уровень персональной ответственности вдохновляет сильнее любых финансовых показателей.

— Как Вы пришли к идее производства неденатурированного морского коллагена?

— Идея нашла меня, а не наоборот. Уникальная научная разработка требовала не только инвестиций, но и опыта построения производственных процессов с нуля, понимания логистики, регуляторики, рынков сбыта. Когда погрузился в тему, понял масштаб уникальности. На рынке тысячи продуктов с надписью «коллаген», но абсолютное большинство — это гидролизаты или желатин, в которых разрушена исходная структура белка. Нативный коллаген с сохранённой трёхспиральной структурой при промышленном производстве получается только у нас. Такие возможности выпадают раз в жизни.

— Как Вы оцениваете состояние рынка биоактивных ингредиентов и пищевых добавок в России сегодня?

— Рынок растёт двузначными темпами, спрос высокий, но развитие хаотичное. Главная проблема — терминологический беспорядок и массовый фальсификат. На упаковке написано «коллаген», в составе — смесь аминокислот. Написано «нативный», а на деле — гидролизованный. Это создает порочный круг: люди покупают продукт, не получают эффекта, разочаровываются в категории. Страдают честные производители. Мы постоянно сталкиваемся с тем, что клиенты не верят в эффективность, потому что уже обожглись на подделках. Приходится не просто продавать продукт, а переубеждать рынок, доказывать отличия. Есть и позитивная динамика: растёт запрос на доказательную базу, потребители становятся образованнее, появляется культура чтения составов.

— Какие макротренды, на Ваш взгляд, формируют спрос на продукты из морского коллагена на отечественном и международном рынках?

— Прежде всего, осознанное потребление. Люди перестали слепо верить рекламе, начали изучать составы, требовать научные обоснования. Это играет на руку производителям качественных продуктов. Затем запрос на превентивную медицину вместо лечения последствий, который особенно ярко проявился после пандемии. Люди готовы инвестировать в поддержание здоровья. Коллаген в этом контексте — не косметический продукт, а функциональный ингредиент для суставов, кожи, соединительных тканей.

После 2022 года резко вырос запрос на импортозамещение, но качественное. Потребители хотят российские продукты, которые не уступают или превосходят импортные. Международный рынок движется в сторону прозрачности происхождения сырья и подтверждённой биодоступности. Азиатские рынки особенно чувствительны к научной обоснованности и готовы платить за доказанное качество.



— Какие барьеры на пути роста российского производства инновационных ингредиентов Вы считаете наиболее критичными?

— Длительные и непредсказуемые сроки регистрации и сертификации: от момента готовности продукта до легального присутствия на полке может пройти два-три года. За это время рынок меняется, конкуренты копируют идею, инвестиции замораживаются. При этом сложность регистрации не коррелирует с инновационностью, копия и принципиально новая разработка проходят одинаково долгую процедуру.

Отсутствие чёткой терминологии в законодательстве позволяет называть коллагеном всё подряд. Мы боремся за чистоту категории, но законодательно невозможно запретить манипуляции терминами. Для нас это прямые убытки: приходится тратить ресурсы на образование рынка вместо развития продукта.

Также недостаточна целевая государственная поддержка именно инновационных разработок. Большинство программ нацелены на импортозамещение через копирование западных технологий, а не на создание принципиально новых решений. И ещё сложность доступа к международным рынкам из-за непризнания российских стандартов качества.

— В каких сегментах Вы видите наибольший потенциал для экспорта российских биоактивных ингредиентов?

— Премиальная косметика для азиатских рынков. Там высокая культура потребления и научный подход к оценке продукта. Нутрицевтики для Ближнего Востока, где растёт средний класс и запрос на премиальные продукты для здоровья. Этот рынок менее зарегулирован, чем европейский, но платёжеспособен. Фармацевтические ингредиенты — долгосрочное направление, требующее многолетней сертификации.

Главный принцип — не демпинговать ценой, позиционируясь как «дешёвая альтернатива», а конкурировать качеством, уникальностью технологии и научной обоснованностью.

— Что отличает неденатурированный коллаген, который вы производите, от других типов коллагена на рынке?

— Неденатурированный коллаген сохраняет нативную трёхспиральную структуру белка, не разрушенную термической или химической обработкой. Большинство производителей используют высокотемпературную обработку, которая

разрушает пространственную структуру молекулы. Получается набор пептидов или аминокислот; это уже денатурированная форма с другими свойствами и биодоступностью.

Наша технология основана на низкотемпературной экстракции, сохраняющей нативную структуру. Это единственный в мире метод промышленного производства коллагена в неденатурированной форме из морского сырья. Разница не маркетинговая, а фундаментальная! Это как сравнивать свежее яйцо и яичный порошок: формально оба содержат белок, но свойства радикально отличаются.


Re:генерация
300 МКМ
(фасовка: банки,
100 МКМ
(растворы, желе,
драже, гел

— Какие ключевые научные открытия или технологии позволили вам наладить промышленное производство продукта?

— Ключевая технология — метод низкотемпературной экстракции с сохранением нативной структуры белка. Процесс разработки занял несколько лет и прошёл полный цикл НИОКР с участием научных институтов. Детали составляют коммерческую тайну, но, что принципиально важно, мы не адаптировали существующую технологию, а создали исключительно новую.

Наше сырьё — это глубоководный гигантский кальмар. Его уникальность в том, что структура его коллагена максимально приближена к человеческой: биосовместимость составляет 98%. Это принципиальное отличие от наземных источников коллагена. Именно поэтому мы выбрали такой вид морского сырья, несмотря на сложность работы с ним.

Критичны система контроля качества на каждом этапе производства и особая работа с морским сырьём, которое требует жёстких условий логистики и хранения. Технология верифицирована швейцарскими экспертами, которые несколько месяцев анализировали процесс и продукт.

У нас серия рецензируемых публикаций в российских и международных научных журналах, поданы патентные заявки на производственные технологии, от гемостатической губки до методов контроля качества. Эффективность продукта подтверждена исследованиями НИЦ ММА имени Сеченова и Курского государственного медицинского университета: показана высокая эффективность неразрушенных белковых комплексов, формирование стабильного клеточного монослоя, отсутствие токсичного влияния на клетки. Это закладывает научную базу для потенциального использования в фармацевтике.

— На какие международные стандарты ориентируется Ваша компания в части качества и исследований?

— Мы работаем по ISO 9001 для системы менеджмента качества и ISO 22000 для безопасности пищевой продукции. Для фармацевтических ингредиентов ориентируемся на требования GMP. Наша продукция проходила экспертизу по швейцарским и европейским стандартам в период сотрудничества с партнёрами до 2022 года.

Главный принцип — не производить под минимальные требования российского законодательства, а изначально закладывать соответствие самым жёстким международным стандартам. Это дороже и сложнее, но даёт конкурентное

преимущество и открывает глобальный рынок.

— Как Вы оцениваете потенциал применения Вашей продукции в смежных отраслях (фарма, косметика, спортивное питание)?

— Нутрицевтики и косметика — наши основные работающие направления на сегодня. В сегменте БАДов и нутрицевтиков мы видим наибольший спрос; там есть запрос на продукты с доказанной эффективностью и понятной научной базой.

Косметика — это второе ключевое направление. Наши ингредиенты используют производители премиальных брендов. Нативный коллаген в косметике работает иначе, чем гидролизованный, что даёт преимущество производителям, готовым вкладываться в качественные формулы.

Спортивное питание — перспективное направление для восстановления суставов и связок. Спортсмены являются подготовленной аудиторией, которая понимает разницу между типами коллагена и готова платить за эффективность.

Фармацевтика — долгосрочная стратегическая цель, которая стоит перед нами на сегодня, наиболее сложное направление, требующее многолетних клинических исследований и регистрации как лекарственного средства. Потенциально самое масштабное, но это — инвестиция на годы вперёд.

— Считаете ли Вы текущую регуляторную базу достаточной для стимулирования инноваций в отрасли?

— Однозначно нет. Регуляторная база выстроена по принципу «не навреди», а не «поощри лучшее». Она ставит знак равенства между инновационной разработкой с уникальной технологией и банальной копией существующего продукта. Нет механизмов, которые давали бы преимущество тем, кто вкладывается в исследования и создает принципиально новое.

Нужна система, которая жёстко пресекает фальсификат и одновременно создаёт стимулы для настоящих инноваций: налоговые преференции, ускоренные процедуры, приоритетную поддержку при выходе на экспорт. Сейчас инвестировать в R&D и создавать уникальный продукт часто экономически менее выгодно, чем скопировать чужое и продать дешевле.

— Насколько регуляторные требования влияют на сроки вывода новых продуктов на рынок? Какие изменения в законодательстве облегчили бы работу производителей инновационных биопродуктов?

— Регистрация БАДа с уникальным составом занимает столько же времени, сколько регистрация стандартной формулы: полтора-два года минимум. Парадокс в том, что чем более инновационный продукт, тем больше вопросов у регуляторов и дольше процесс. Нет понимания, что инновации нужно стимулировать скоростью, а не тормозить перестраховкой.

Конкретно для нас критичны два момента. Отсутствие в законодательстве чёткого определения «неденатурированный коллаген» заставляет каждый раз объяснять регуляторам, что это такое и чем он отличается. Нет категории, нет стандарта — нет быстрой регистрации. И второе, это отсутствие ускоренного трека для продуктов с серьёзной научной базой. У нас публикации, патенты, подтверждение ведущих медицинских университетов, но это не даёт никаких преимуществ в скорости регистрации.

Нужен механизм приоритетной регистрации для продуктов с доказанной научной новизной при условии предоставления расширенного пакета исследований. Это стимулировало бы инвестиции в R&D.

— Какие меры Вы считаете необходимыми для борьбы с терминологическим хаосом в отрасли?

— Законодательное закрепление определений с независимой экспертизой соответствия ещё на этапе регистрации. Публичный реестр несоответствий с результатами проверок продукции — потребитель должен иметь возможность проверить, соответствует ли продукт заявленному составу. Штрафы, соизмеримые с выгодой от обмана; не символические суммы, а процент от выручки. Просветительская работа с потребителями о том, как читать составы. И ужесточение требований к рекламным заявлениям: любое утверждение об эффективности должно подкрепляться доступными исследованиями.



— Считаете ли Вы важным участие отраслевых ассоциаций и рабочих групп в формировании стандартов?

— Отраслевые ассоциации критически важны, но их эффективность зависит от того, как выстроена работа. Проблема в том, что сейчас в ассоциациях представлены компании-производители, но от них часто приходят люди, фокусирующиеся на маркетинге и продажах, а не на технологических стандартах.

Для эффективной работы нужен баланс интересов. В рабочих группах по стандартизации должны быть представлены технологи производств, научное сообщество, независимые эксперты и представители потребителей. Решения по стандартам качества должны приниматься на основе научных данных и производственной реальности, а не коммерческих компромиссов.

Важна прозрачность процесса, все предлагаемые стандарты должны публиковаться для публичного обсуждения до утверждения. Ассоциации должны не просто формулировать стандарты, но и активно участвовать в их соблюдении: проводить независимые проверки продукции членов ассоциации, публиковать результаты.

Ассоциация должна защищать интересы и производителей качественной продукции, и потребителей; создавать условия, при которых честным производителям выгодно оставаться честными, а недобросовестным — экономически невыгодно нарушать стандарты. Только тогда отраслевое саморегулирование будет работать на благо всего рынка.

— Есть ли перспективы для цифровой маркировки и прозрачности происхождения ингредиентов? Какие дополнительные меры контроля качества необходимы?

— Система обязательной маркировки «Честный ЗНАК» для БАДов в России уже существует и внедряется; это реальность, а не перспектива. Технически возможность отследить продукт от производителя до потребителя есть.

Однако важно понимать: маркировка фиксирует легальность оборота товара, а не состав конкретной упаковки. Код подтверждает, что продукт произведен легально и прошёл через официальные каналы дистрибуции, но он не показывает, соответствует ли реальный состав заявленному на этикетке.

Следующий шаг — добровольная прозрачность производителей через QR-коды с доступом к протоколам испытаний, информации о происхождении сырья, результатам лабораторного контроля. Технологии для этого есть, но это инициатива производителя, а не требование закона.

Для честных производителей такая прозрачность — конкурентное преимущество. Мы можем показать реальные данные и выделиться на фоне тех, кто этого сделать не может. Вопрос в готовности индустрии к такому уровню открытости.

— Оцените перспективы российской продукции на глобальном рынке коллагена, включая премиальные сегменты.

— Глобальный рынок коллагена растёт двузначными темпами, и премиальный сегмент — наиболее динамичный и маржинальный. При условии строгого соответствия международным стандартам и наличия научной доказательной базы, перспективы есть.

Наш опыт показал: главное — это реальная уникальность технологии. Неденатурированный морской коллаген со структурой, максимально приближенной к человеческой, это не копия существующих продуктов, а принципиально другое решение. Именно это может открыть двери на требовательные рынки.

Критически важно не скатываться в ценовую конкуренцию. Позиционирование как «дешевле импортных» — тупик для премиального сегмента. Конкуренция должна быть на уровне технологий, научных данных, подтверждённой эффективности.

Рынок большой, есть место для разных игроков. Наша задача — найти свою нишу, где уникальность технологии даёт преимущество. Это требует терпения, существенных инвестиций в исследования и готовности к долгому пути без быстрого возврата.

— Какие международные рынки вас интересуют в первую очередь и почему?

— Текущая геополитическая ситуация существенно влияет на выбор рынков. Азиатско-Тихоокеанский регион — наш приоритет. Япония и Южная Корея, Вьетнам, Таиланд, Малайзия, Сингапур, Индонезия остаются в зоне внимания. Там есть образованный премиальный сегмент потребителей, готовых разбираться в характеристиках продукта и платить за подтверждённое качество. Японский рынок особенно требователен: там не купят «за красивые слова», нужны данные и доказательства.

Ближний Восток — реально доступное направление. ОАЭ, Саудовская Аравия, Катар активно развивают экономические отношения с Россией, политических барьеров нет. Высокая покупательная способность, растущий интерес к

премиальным продуктам для здоровья и красоты.

Китай — сложный рынок. Они сами крупнейшие производители гидролизованного коллагена с очень низкими ценами. Конкурировать там тяжело, нужна чёткая ниша и понимание, что мы можем предложить принципиально другое.

— Как регуляции зарубежных рынков отличаются от российской системы, и как это влияет на ваши планы?

— В России часто сталкиваешься с субъективными трактовками одних и тех же требований разными экспертами. То, что принимает одна организация, может отклонить другая без чётких объяснений. Требования могут измениться в процессе рассмотрения документов.

Японский и корейский рынки жёстче в требованиях к качеству, но прозрачнее в процедурах. Там один случай несоответствия может разрушить репутацию навсегда. В России риски для недобросовестных производителей значительно ниже.

Это влияет на нашу стратегию: мы изначально ориентируемся на требования этих рынков как одних из самых жёстких в мире. Проходим сертификацию по их стандартам, проводим исследования по их требованиям. После этого адаптация под российские требования обычно не вызывает проблем. Европейский рынок остаётся долгосрочной перспективой, но не текущим приоритетом.

— Какие шаги необходимы для признания российских стандартов качества на международной арене?

— В текущих условиях вопрос системного признания российских стандартов — скорее, долгосрочная перспектива. Политическая ситуация влияет на процессы взаимного признания сертификации.

При этом для работы на международных рынках это не критично. Азиатско-Тихоокеанский регион, Ближний Восток открыты для сотрудничества и оценивают продукт по реальным характеристикам. Там важнее независимые исследования и фактическое качество.

Наша стратегия — изначально производить по самым жёстким международным стандартам. Работаем по ISO, проводим исследования по требованиям целевых рынков, получаем независимую экспертизу. Публикуем результаты в

международных научных журналах, сотрудничаем с признанными лабораториями.

Когда партнёр проверяет продукт, он оценивает конкретные данные и результаты, а не формальные сертификаты. Именно на это мы делаем ставку: строить репутацию через подтверждённое качество и открытость к проверкам. Это работает на тех рынках, где готовы к диалогу.