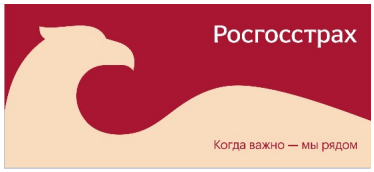
Накануне своего 105-го дня рождения Росгосстрах представил новый визуальный стиль — следующий этап масштабной трансформации компании. Вместе с технологическими изменениями в РГС происходит и визуальная смена бренда: он становится современнее, проще и человечнее.

Новый стиль РГС



Источник: Росгосстрах

«Привычка к удобным цифровым сервисам повышает требования к страховым продуктам, а экосистемы все активнее забирают на себя простые клиентские сценарии. Страховой рынок тоже вынужден активнее подстраиваться под ожидания клиентов, чтобы выдерживать растущий уровень конкуренции. Однако в отличие от экосистем ключевыми преимуществами страховых компаний становятся не только технологии, но и экспертиза, доверие и возможность быстро оказать человеческую поддержку», — рассказал Юрий Уралец, заместитель директора департамента маркетинга и взаимоотношений с клиентами.

Росгосстрах активно работает над объединением двух подходов. Компания развивает новую продуктовую платформу, обновляет приложение, сайт и личные кабинеты клиентов и партнеров. При этом РГС сохраняет свое ключевое преимущество — около 30 тысяч опытных агентов и одну из самых широких в стране филиальных сетей. Росгосстрах остается рядом с клиентом тогда, когда особенно нужен кто-то надежный. Эта идея уже легла в основу новой бренд-платформы компании и слогана «Когда важно — мы рядом». Теперь она получила визуальное продолжение.

В новом стиле РГС отказался от избыточной официальности. Полное название бренда стало легче и живее, в типографике появились более мягкие формы и намек на рукописность. Фирменный бордовый стал теплее, а палитру дополнили персиковый и золотистый оттенки.

Изменился и главный символ компании — орел. Жесткую геральдическую графику сменил более пластичный, живой силуэт. Орел перестал быть символом дистанции и официальности и превратился в образ защиты: он находится рядом с человеком, иногда оставаясь почти незаметным — в виде крыла, силуэта или узнаваемого фрагмента.

«Современная страховая компания — это удобные технологии там, где вопрос можно решить быстро и самостоятельно, и живой эксперт там, где нужна помощь. Особенно когда речь идет о сложных страховых продуктах, человеку важно чувствовать, что рядом есть тот, кто поможет разобраться и возьмет часть вопросов на себя. Обновленный бренд должен отражать внутренние изменения Росгосстраха: мы становимся современнее, технологичнее, но при этом ближе к человеку», — поясняет Юрий Уралец.

Википедия страхования, 02.10.2026 г.