

Страховые продукты с коротким сроком действия перестали быть нишевым экспериментом. В 2025 году только по нескольким линейкам было оформлено свыше 11 млн полисов, а отдельные виды достигают объемов в 20 млн договоров в год. Об этом рассказал генеральный директор ГК Зетта Страхование Игорь Фатьянов на пленарной сессии XXI Международной конференции по страхованию (Russian Insurance Summit 2026) «Конференция BCC-2026: Культурный код страхования/Человеческий фактор».

Наиболее показательными кейсами являются проекты «Зетта Страхования», в которых она участвует вместе с экосистемными лидерами: каско на поездку, посуточное ОСАГО для такси, страхование посуточно арендуемых квартир и домов, сборных грузов и другие.

Например, почасовое каско, интегрированное в навигационное приложение, было запущено совсем недавно, в ноябре 2025 года. С этого момента сервисом уже воспользовались более 30 тыс. уникальных клиентов, которые суммарно приобрели почти 120 тыс. полисов. При этом 45% покупателей вернулись за повторной страховкой, а 21% (свыше 6,5 тыс. человек) оформляли защиту более трех раз. В среднем на одного водителя пришлось 3,8 договора, что опровергает миф о «разовых» микрополисах.

Еще один рекордсмен — ОСАГО для такси, встроенное в приложение-агрегатор. Сервис стартовал в 2024 году, с тех пор водители купили 19,5 млн коротких полисов. Продукт ориентирован на тех, кто выходит на линию не каждый день, и идеально ложится в гибкую бизнес-модель самозанятых и ИП.

В сегменте посуточной аренды жилья в 2025 году было оформлено 2,4 млн полисов — в среднем 200 тысяч в месяц. А в страховании сборных грузов, когда можно застраховать каждую коробку, передаваемую в доставку, ежегодный объем достигает 50-60 млн оформленных полисов.

Рост популярности коротких полисов обусловлен важными преимуществами, которые отличают эту разновидность продуктов. В первую очередь, ситуативность — клиент может купить полис именно тогда, когда он ему нужен. Во-вторых, встроенность предложения в интерфейс используемого клиентом сервиса. В-третьих, низкий порог

входа, поскольку цена короткой страховки несопоставимо ниже стоимости годового полиса.

«При этом мы отмечаем, что независимо от растущей популярности короткие полисы не заменяют классическое годовое страхование. Перетока клиентов нет, это показывает статистика. Они создают новый спрос там, где его раньше не было, добавляют клиентской ценности и увеличивают проникновение страхования», — отметил Игорь Фатьянов.

Википедия страхования, 27.05.2026 г.