

Com Isabel Silva disfarçada de Trusty

CÃO ROBOT DA FIDELIDADE PARTICIPA NO PROGRAMA  
“A MÁSCARA”



**Lisboa, 24 de janeiro de 2021** - O Camaleão, a personagem que muda todas as semanas no programa da SIC, A Máscara, foi substituído, na edição deste fim-de-semana, pela mascote do Grupo Fidelidade – o Trusty.

Nesta participação especial, disfarçada de Trusty estava a embaixadora da Fidelidade e da Multicare Vitality Isabel Silva, que acabou por retirar a máscara no palco mais misterioso da televisão portuguesa, surpreendendo os investigadores do programa.

Para Isabel Silva *“Foi sobretudo uma experiência que muito gozo e alegria me deu fazer. Não tanto pela interpretação da música, mas sobretudo por todo o secretismo à volta do Trusty, o cão que eu encarnei. Foi um desafio conquistar agilidade dentro desta máscara, mas acredito que o desafio foi superado. Uma prestação muito especial para mim porque a minha máscara representa a minha ligação a uma marca da qual sou embaixadora e que está profundamente ligada aos valores que defendo na minha vida.”*

O Trusty é o cão robot da Fidelidade, um animal de estimação feito com circuitos eletrónicos, que simboliza o posicionamento digital da Fidelidade, procurando acompanhar as transformações tecnológicas, disponibilizando a inovação e a tecnologia ao serviço das pessoas.

## Sobre a Fidelidade

Fundada em 1808, a Fidelidade é a seguradora líder de mercado em Portugal, nos ramos vida e não vida, com uma quota de 28% em 2020, estando presente em Angola, Cabo Verde, Moçambique, Espanha, França, Macau, Perú, Bolívia, Paraguai e Chile. A agência de notação Fitch classificou a Fidelidade com a avaliação ('rating') "A stable (IFS)" e "A -stable (IDR)", notação das mais elevadas no panorama empresarial nacional, destacando a elevada capitalização da Companhia, nomeadamente, o rácio de solvência e a solidez da sua carteira de investimentos.

Com 2,3 milhões de clientes em Portugal e mais de 7 milhões em todo o mundo, a Fidelidade conduz a sua atividade com uma estratégia de "Customer Centric Approach" e, através de uma rede de distribuição e canais de elevada dimensão e capilaridade, garante aos consumidores, uma experiência integrada e personalizada, independentemente do canal utilizado.

A Fidelidade é guiada por valores que a definem desde sempre: experiência, inovação, superação e proximidade e, já este ano, foi reeleita Escolha do Consumidor na categoria de "Seguradoras", "Marca de Confiança" e Seguradora mais Reputada em Portugal.

Apoiar o desenvolvimento e a construção de uma sociedade sustentável é parte essencial da sua política de Responsabilidade Social, que é consubstanciada no Programa Fidelidade Comunidade, que distingue entidades que trabalham nas áreas do envelhecimento, prevenção em saúde e inclusão de pessoas com deficiência ou incapacidade.

[www.fidelidade.pt](http://www.fidelidade.pt)