

Puy du Fou España gana el Park World Excellence Award a la Mejor Iniciativa de Marketing por su campaña “La Llamada”

La pieza, primera gran acción de marca en televisión del parque, está basada en la emoción que los propios visitantes trasladan tras su visita a Puy du Fou



- [Link con fotos del rodaje y de la campaña](#)
- [Link con spot La Llamada de Puy du Fou España](#)

Toledo, 25 de septiembre de 2026.- Puy du Fou España ha sido galardonado con el Park World Excellence Award a la Mejor Iniciativa de Marketing por “La Llamada”, la campaña con la que abrió la temporada 2026 y dio el salto a la televisión. El premio, concedido por la revista especializada *Park World*, se entregó el miércoles en Londres, donde el parque también estaba nominado como Mejor Parque de Europa.

El galardón llega después de que Puy du Fou España cerrara 2025 con 1,72 millones de visitantes, la cifra más alta desde su apertura. La campaña premiada acompaña así una etapa de crecimiento en la que el parque sigue sumando reconocimientos internacionales. Este es su tercer Park World Excellence Award, tras los obtenidos por A

Pluma y Espada en 2021 y *El Sueño de Toledo* en 2024, ambos como Mejor Espectáculo en Directo. Además, vuelve a estar nominado este año como Parque Temático Líder en Europa en los World Travel Awards, distinción que obtuvo el año pasado.

“La Llamada” se inspira en una reacción habitual entre los visitantes del parque, a quienes les cuesta explicar con palabras la experiencia que han vivido. A partir de esa idea, la campaña busca transmitir la emoción que los lleva a recomendar Puy du Fou España. Para ello, el spot emplea un lenguaje visual cinematográfico y se apoya en la figura del caballo, uno de los iconos de sus espectáculos.

Desarrollada por Havas Creative España, producida por Be Sweet y dirigida por Milo Blake, la campaña se rodó en Madrid y Toledo, además de en el propio parque. Tras su estreno en televisión, se difundió también en medios digitales, cine, radio, publicidad exterior y redes sociales, con el objetivo de dar a conocer Puy du Fou España a nuevos públicos en todo el país.

“Este premio reconoce una campaña construida a partir de la experiencia real de nuestros visitantes y del vínculo emocional que generan nuestros espectáculos. Para nosotros, es también un respaldo al trabajo que venimos haciendo para consolidar la marca Puy du Fou España a escala nacional”, señala **Álvaro Moreno, director de marketing, comunicación y comercial de Puy du Fou España.**