vinetur

Pernod Ricard ficha a Miguel Ángel Pascual para dirigir su marketing en España

El ejecutivo regresa desde Corea para relevar a Christian Seel y entrar en el comité de dirección ibérico

miércoles 15 de julio de 2026



Pernod Ricard España ha nombrado a Miguel Ángel Pascual nuevo director de Marketing en España, cargo que asumió el pasado 1 de julio. El directivo reportará a Sebastien Mouquet, director general de Pernod Ricard Iberia, y pasará a formar parte del Comité de Dirección de Pernod Ricard Iberia.

Pascual sustituye a Christian Seel, que ha sido designado director general de Pernod Ricard Grecia. La compañía señala que el relevo busca reforzar el posicionamiento estratégico de las marcas del grupo en el mercado español con la experiencia internacional y el conocimiento interno del nuevo responsable.

Miguel Ángel Pascual era hasta ahora director de Marketing de Pernod Ricard Corea. Es licenciado por la Universidad Complutense de Madrid y tiene un máster en Dirección Comercial y Marketing por ESIC. También ha cursado programas ejecutivos de liderazgo y dirección en Columbia Business School, Berkeley, INSEAD, HEC Paris e IESE.

Su trayectoria profesional supera los 20 años en marketing, desarrollo de negocio y construcción de marcas en gran consumo y bebidas espirituosas. Antes de incorporarse a Pernod Ricard España en 2013, trabajó en empresas como Campofrío y British American Tobacco.

Dentro del grupo, ocupó primero la posición de Head of Marketing – Digital & Communications en España, donde estuvo al frente de la transformación digital y de comunicación. Más tarde asumió la dirección de Marketing y Trade Marketing para Hong Kong y Macao y fue Global Lead para el desarrollo del negocio de la categoría Prestige. En 2022 fue nombrado director de Marketing y Trade Marketing de Pernod Ricard Corea.

Sebastien Mouquet afirma que la llegada de Pascual se produce en un momento importante para la compañía. A su juicio, su conocimiento del negocio, su visión estratégica y su experiencia en construcción de marcas serán fundamentales para impulsar la innovación, fortalecer la relación con los consumidores y afianzar el posicionamiento del porfolio en el mercado.

Por su parte, Miguel Ángel Pascual asegura que su regreso a España tras esta etapa internacional supone una oportunidad que asume “con ilusión, responsabilidad y humildad”. Añade que el sector atraviesa una transformación profunda y que afronta

esta nueva etapa con el objetivo de contribuir al crecimiento del negocio, reforzar el liderazgo de las marcas y generar valor para todo su ecosistema.