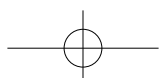


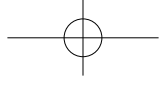
2026 프리미엄브랜드지수 11년 연속 1위
도미노피자



명실상부 배달 피자 No.1 한국도미노피자

한국도미노피자는 블랙타이거 새우 등의 고급 식재료를 활용한 신메뉴 개발과 적극적인 협업 등을 통해 트렌드를 이끌어 나가는 대한민국 No.1 피자 브랜드다. 특히 올해는 지난해 선풍적인 인기를 끌었던 PLAY FREE 브랜드 캠페인의 시즌 2를 런칭해 고객들에게 자유롭고 즐거운 이미지를 전달하기 위해 힘쓰고 있다.





Play Free 시즌 2 브랜드 캠페인 런칭

한국도미노피자는 지난해 누적 조회수 7천만회를 달성하며 고객들의 긍정적인 반응을 이끈 PLAY FREE 브랜드 캠페인의 후속작으로 '마음껏 추가하길, 너의 모든 삶에 자유라는 토핑을'이란 메시지를 담은 Play Free 시즌 2 브랜드 캠페인을 지난 6월에 런칭했다.

이 캠페인에는 MZ 세대 모델들이 다양한 상황에서, 각자의 방식으로 자유롭게 피자를 즐기는 모습이 담겼으며 EAT FREE 등 다양한 서브 메시지를 통해 브랜드가 추구하는 자유로움과 즐거움을 고객들에게 선보였다. 실제로 이 캠페인은 런칭 이후 영상이 '합하다', '트렌디하다' 등 긍정적인 고객 반응을 이끌어냈으며, 브랜드 이용 의향 조사에서도 과반 이상의 고객이 긍정적이라 답변하기도 했다.

‘나눔의 미학 실천’ 바탕으로 사회 공헌 및 후원 활발

한국도미노피자는 경영 철학인 ‘나눔의 미학 실천’을 바탕으로 다양한 사회 공헌 및 후원 활동을 활발히 진행하고 있다. 기업의

이익을 사회에 환원하는 모범적이고 바람직한 기업 문화를 정립하며, 더 나아가 사회와 함께 성장하고 발전하는 기업으로서의 역할을 충실히 이행하고 있다. 한국도미노피자는 지난 5월 야구 꿈나무들을 위한 무대이자, 한국프로야구의 등용문인 리틀야구대회를 개막했다. 리틀야구대회에는 지난 2005년부터 올해까지 약 2천개의 팀이 참여했으며 지금까지 LA다저스의 내야수 김혜성, kt wiz 투수 소형준 등 다수의 야구 스타를 배출하기도 했다.

또한 한국도미노피자는 학생들에게 함께 살아갈 미래 세대의 관점에서 공존과 협력의 가치를 일깨우는 참여형 교육 프로그램인 ‘월드비전 세계시민학교 캠페인’에 도미노피자 모바일 상품권을 후원했으며, 우수 학급을 대상으로 피자 제조시설이 탑재된 파티카를 통해 피자 파티를 진행하기도 했다. 이러한 나눔 활동을 통해 도미노피자는 앞으로도 사회적 책임을 다하고 지속적으로 나눔을 실천하는 기업으로 성장해 나가고자 한다.

INTERVIEW



오 광 현 한국도미노피자 대표이사

한국도미노피자가 프리미엄브랜드지수 피자전문점 부문 11년 연속 1위를 차지하게 되어 매우 영광으로 생각합니다. 도미노피자는 한국에 진출한 36년 동안 빠르게 변화하는 고객의 니즈를 파악해 색다른 제품 및 서비스를 지속해서 개발해왔습니다. 또한 적극적인 소통, 신선하고 맛있는 재료 활용, 가성비부터 프리미엄까지 다양한 제품군 확보, 앞선 IT 서비스 런칭 등을 통해 도미노피자에서만 느낄 수 있는 경험을 만들기 위해 노력했습니다. 한국도미노피자를 사랑해 주신 고객 여러분들께 다시 한 번 감사의 말씀드리며, 앞으로도 긍정적인 경험과 행복한 시간을 보내실 수 있도록 최선을 다하겠습니다.