2019 NYF Advertising Awards 출품요강

1. 출품대상작품

- ① 2018년 1월 1일~2019년 3월 1일 사이 광고주 허락을 받아 방영/노출된 작품.
- ② 동일한 출품작을 여러 부문 및 카테고리로 출품할 수 있으나 출품료는 따로따로 내어야 함.
- ③ 모든 수상작은 NYF에서 매체구매확인서를 요청할 경우 반드시 제출할 수 있어야 함.
- ④ 2018년 1월 1일~5월 1일 사이에 노출중 2018년 출품했던 작품은 2019년에 다른 카테고리 그룹이나 카테고리로는 출품할 수 있음

6 SCAM ADS:

- 뉴욕페스티벌은 "Scam Ads"(집행되지 않았거나 100% 광고주의 허락을 받지 않고 집행된 광고)의 출품을 금지한 첫 번째 광고제임.
- 광고업종에서 가장 오래되고 강력한 뉴욕페스티벌의 SCAMGUARD 시스템은, Scam Ad 로 의심되는 작품에 대해 심사위원들이 익명으로 Flag를 달거나 의심되는 의견을 제출하 도록 되어 있음.
- NYF에서는 Flag가 달린 모든 작품에 대한 사실조사를 실시함
- 조사에서 Scam Ad로 판명될 경우, 부적격작품으로 판정되고 출품회사 Credit 명단에 올 려져 있는 모든 사람들에 대해 향후 3년간 뉴욕페스티벌에 출품할 수 없음

⑥ 카테고리 이동

- 본심심사위원(Executive Jury)들도 출품작의 카테고리 또는 출품부문이 맞지 않다고 판단 될 경우에는 카테고리나 부문을 바꿀 수 있도록 하는 권한을 가짐.
- 본심 심사위원들에 의해 다른 카테고리로 옮겨진 작품은, 원래 그 작품이 수상하기로 되 어있던 것과 동일하거나 높은 상을 받음

2. 출품마감 및 출품료

구분	Single (1작품)	Campaign (2~5작품)
2018년 12월 15일(토)까지	\$500	\$1,500
2019년 1월 31일(목)까지	\$550	\$1,650
2019년 3월 1일(금)까지	\$600	\$1,800
학생	\$150	

- ① 6주이상 출품카트에 담겨진 채 아무런 활동이 없으면, 출품하지 않는 것으로 간주하고 자동 으로 삭제될 수 있음
- ② 출품작 실물은 2019년 2월 28일까지 제출해야 하며, 그렇지 않을 경우 2019년 심사에서 자 격을 갖지 못할 수 있음

(단위: US\$)

③ 출품료, 카드수수료, 은행송금수수료 등을 포함한 인보이스에 기재된 모든 출품관련 비용은 출품작을 업로드를 하기 전에 전액 결재해야 하며, 심사가 진행되면 환불은 되지 않음

3. 출품카테고리

카테고리 그룹	Single	Campaign
ACTIVATION & ENGAGEMENT	0	0
ARTISTRY & CRAFT IN ADVERTISING	0	0
AUDIO/RADIO	0	0
AVANT-GARDE / INNOVATIVE	0	0
BRANDED CONTENT/ENTERTAINMENT	0	0
COLLABORATIONS & PARTNERSHIPS	0	0
CREATIVE MARKETING STRATEGY/EFFECTIVENESS	0	0
DESIGN	0	0
DIGITAL/MOBILE	0	0
DIRECT & COLLATERAL	0	0
FILM	0	0
FILM CRAFT	0	0
NEW YORK CITY AWARD - Free Entry	0	0
OUTDOOR	0	0
PACKAGE & PRODUCT DESIGN	0	0
POSITIVE WORLD IMPACT	0	0
PRINT	0	0
PUBLIC RELATIONS	0	0
SOCIAL MEDIA & INFLUENCER	0	0
SPORTS	0	0
STUDENT	0	0

- ① 출품료는 은행송금이나 크레딧카드로 받음
- ② 신용카드 결재 수수료: 출품료 총액에 Visa/Master Card는 3%, American Express는 3.2% 수수료(Processing Fees)가 부과됨
- ② 우편료, 관세, 보험 및 은행송금수수료는 출품자 부담
- ③ 심사가 시작되면 출품료 환불은 없음

2/10

- ④ NYF에서는 Media Handling Fees, Sales Taxes, Vat Taxes 등은 책임지지 않음
- ⑤ 문의: accounting@newyorkfestivals.com

4. 출품대행

① 한국대표부는 출품 편의를 돕기 위해 영상파일 변환과 출품을 아래와 같이 대행함

구분	내역	금액(원)
영상파일변환제작비	번역료 (시놉시스 포함)	200,000
(30초 작품 기준,	자막삽입	150,000
시놉시스 최대 100단어 기준)	파일제작	150,000
출품대행수수료(작품당)		100,000

② 출품문의: 배석봉 뉴욕페스티벌한국대표

Tel: 02-2144-0741~2, bsbong@koreacf.or.kr www.koreacf.or.kr

5. 시놉시스

- ① 모든 출품작은 시놉시스를 반드시 제출해야 함.
- ② 시놉시스는 Objective, Concept, Target Audience 3개 항목에 항목별 2~3 문장으로 작성하 고, 200단어를 넘기면 안됨
- ③ 카테고리 그룹로 시놉시스 양식이 다르니 확인후 출품해야 함

6. 어어

- ① 한글 작품작은 온라인 출품 사이트에서 자세한 영문 시놉시스나 번역문을 제출해야 함
- ② 출품작을 오프라인으로 제출할 경우 Entry Form과 함께 CD나 DVD에 Digital translation 을 반드시 제출할 것
 - @ Film: 가능하면 쉽고 잘 읽히는 서체의 자막을 삽입하여 제출. 검정바탕에 백자.
 - ⑤ Audio: 영어가 아닐 경우에는 심사를 위한 완벽한 영문 스크립트를 제출할 것. 출품요 강의 번역공간(translation space)에 스크립트 텍스트를 포함시킬 것
 - ⓒ Websites: 관련있는 메뉴 섹션, 헤드라인, 텍스트 등을 번역해서 제출

7. 출품작 텍스트 작성 방법

① TEXT FORMATTING

모든 출품작은 아래에 맞춰 텍스트를 표기해야 함. 이 기준은 심사를 쉽게 하고 귀하의 작 품을 편리하게 보여주는 위함

- ② 작품명/브랜드명(Title of Entry/Brand Name)
 - ⓐ Proper case(모든 단어의 첫글자만 대문자)로 타이틀과 브랜드 네임을 작성.
 - ⑤ 캠페인은 하나의 단일 캠페인명으로 하거나 개별 광고 타이틀을 / 로 구분할 것

예) 싱글: Title of Entry

캠페인: Title One / Title Two / Title Three

전체타이틀을 가진 캠페인: Campaign Title: Title One / Title Two

Client/Brand URL: Client나 브랜드의 웹사이트 주소만 제출 www.koreacf.or.kr

8. 기술적 기준(TECHNICAL GUIDELINE)

Case Study Videos: 3분을 넘기지 말 것.

Package & Product Design 출품작은 2019년 2월 28일까지 제출해야 함

A. 온라인 출품: 파일크기 1기가 바이트 미만인 경우 아래 2가지 방법 중 하나로 업로드

- ① 출품 절차 3단계에서 파일을 업로드
- ② 체크아웃 후, 인보이스와 함께 받는 업로드 링크를 이용해서 파일 업로드
 - 2가지 방법 모두 뉴욕페스티벌 출품사이트에서 직접 파일을 업로드해야 함

Audio Upload:

① Standard MP3 format (MPEG-2 Audio Layer III), stereo or mono, 44.1 kHz, 16 bit sampling, minimum sample rate: 160 kbps.

Image Upload:

① jpg file format, maximum quality, at least 300 dpi resolution in RGB color, 2000x3400 pixels (portrait or landscape).

주의: CMYK format IPEGs는 접수하지 않음

- ② Print Product and Service / Print Craft 카테고리 출품작:
 - ⓐ 42cm X60cm(A2사이즈) 보드에 게재된 광고나 교정쇄를 마운트해서 제출할 것.
 - ⓑ 마운트할 수 없을 경우 모든 폰트들을 포함시킨 인쇄전 단계의 PDF file (1.5버전 이상) 을 이메일로 보낼 것: prepresspdf@yourawardscompany.com
 - ⓒ 인쇄전 단계의 PDF file명은 6개의 아라비아숫자를 사용해서 만들 것 Example: 123456-1-PDF.pdf

Video Upload:

- ① 모든 영상파일은 H.264 compression을 사용해서 아래 양식의 QuickTime (.mov)으로 제출 (10 bit video sources 선호).
- ② 트렌스코딩 소프트웨어가 "Enable Streaming"나 "Fast Start"이 지원되면 선택할 것.
- ③ 오디오는 MPEG 4/AAC Main Profile compressor로 48 kHz 16 bit sampling(최소 160 KBPS, 추천 256 KBPS) 스테레오로 인코딩할 것. ProRes 파일은 받지 않음
- ④ Vimeo, SOUNDCLOUD, 등을 통해 제출할 경우, 귀사의 출품 비디오를 다운받을 수 있는 지 확인할 것
- ⑤ 유튜브나 다운로드가 되지 않는 사이트를 통해 출품할 경우, 출품작이 파이널리스트 이상을

수상할 경우에는 시사용으로 사용할 수 있도록 QUICKTIME H/264.MOV 파일을 제출해야 함

- TV광고는 출품자 데이터 소스의 오리지널 프레임 비율과 프레임 사이즈를 유지시킬 것.
- 기술적 문의: videosupport@yourawardscompany.com

Websites / Online Advertising:

- ① 웹사이트뿐만 아니라 크리에이티브 내용들을 지원해 주는 웹페이지도 만들어 출품 서버에 올릴 수 있음
- ② 출품요강 적당한 위치에 URL을 기재할 것.
- ③ 기술양식은 다른 부문과 동일
- ④ 출품작이 파이널리스트 이상에 선정되면, 시사용으로 사용할 수 있도록 QUICKTIME H/264.MOV 파일을 제출해야 함

⑤ 중요:

- 출품사 로고나 이름이 들어간 URL주소나 웹 페이지는 받지 않음.
- URL은 패스워드나 로그인할 필요없이 바로 출품작으로 연결될 수 있도록 할 것.

B. 온라인 출품: 파일크기 1기가 바이트 이상

기술적 기준은 A와 동일함

- ① 업로드할 수 있는 링크를 받는 방법
 - @ 출품작품명과 인보이스에 있는 여섯자리 아라비아 숫자 아이디 번호를 적은 아래 주소 (uprocessing@newyorkfestivals.com)로 이메일을 발송하면 파일을 업로드할 수 있는 Dropbox 링크 주소를 받게됨
 - ⓑ Dropbox에 파일을 업로드하면, NYF에서는 심사전에 귀하의 파일을 검사하여 연락을 할 수 있음
- ② 다운로드할 수 있는 링크를 보내는 방법
 - @ NYF에서 귀하의 파일을 직접 다운받는게 좋다고 생각되면, 출품명과 인보이스에 있는 6자리 ID번호가 있는 링크주소를 processing@newyorkfestivals.com 로 보낼 것.
 - ⑤ NYF에서 다운받는 파일은 6자리 ID번호로 연결되며 별도의 라벨은 필요 없음을 명심 할 것. 캠페인의 경우 ID번호-1,2,3으로 표기할 것

보기:

바른 표기	잘못된 표기	
123456-1.mov	AgencyName123456-1.mov	
123456-2.jpg	EntryTitle123456-2.jpg	
123456-3.pdf		

문의: processing@newyorkfestivals.com

C. 오프라인 출품 (Offline Entries)

뉴욕페스티벌에서는 온라인으로 출품요강 작성하고 출품사이트에서 모든 자료는 업로드할 것 을 권합니다. 하지만 출품은 온라인하고, 출품작은 인보이스 복사본과 함께 우편으로 제출해야 할 수도 있습니다.

- ① Original Work:
 - 출품요강에서 제출한 모든 자료들을 제출해야 함
 - 모든 인쇄 및 옥외광고물은 심사를 위해 디지털파일로 업로드되어야 함
 - 또한 실 심사에서 사용할 수 있도록 위의 광고물을 마운트해서 제출할 것
 - Package design, Brochures, Direct mail, other collateral promotional Items 등은 처음 출시된 형태의 하드카피를 제출

9. 온라인 출품양식

- ① 출품을 하기 전에 뉴욕페스티벌 계정을 만들어야 함
- ② 출품과 관련된 정보를 준비한 후, 계정을 새로 만들거나 기존 계정으로 로그인할 것. 입력 한 정보가 없어지는 것을 방지하기 위해 로그인 후 작업을 진행할 것.
- ③ 로그인을 하면 입력된 출품작 정보를 볼 수 있으며, 그 중 특정 출품작을 선정하면 바로 작 업을 진행할 수 있음.
- ④ 1개 출품작(싱글 또는 캠페인)을 여러 카테고리에 출품할 경우, 출품양식을 카테고리별로 작성할 필요가 없음. 귀하가 출품하고자 하는 카테고리 옆에 있는 박스를 클릭만 하면 됨.

Note: 모든 카테고리의 출품료는 따로따로 내어야 함

- ⑤ Checkout을 하기 전에 모든 출품작 정보를 확인할 것. Checkout을 하면 출품작 정보를 수 정할 수 없음, Checkout을 하면 출품료 인보이스를 포함한 출품작에 대한 모든 정보가 들 어있는 Printable Record를 자동으로 받게 됨
- ⑤ 출품작(Creative materials)은 온라인에서 작품을 출품할 때나 혹은 체크아웃 2주이내에 업 로드할 수 있음. 만약 체크아웃 후 출품작을 업로드할 경우, 체크아웃 후 1시간 이내에 업 로드에 관한 모든 정보가 담긴 이메일을 추가로 받게 됨

Caution: 6주이상 카트가 활성화되지 않고 있을 경우는 출품하지 않는 것으로 간주하여 자 동으로 삭제될 수 있음

10. 캠페인 출품작

- ① Campaigns (same-media, integrated or cross-platform)은 최대 5작품에 케이스스터디 1개를 제출할 수 있음
- ② 제출방법: 작품별 개별 파일로 제출하거나, 1개의 파일로 묶어서 제출 Video출품작: 1개의 .mov 파일에 작품간 2초의 블랙이나 공백을 둘 것
- ③ 캠페인 출품작 Entry Form은 1장만 제출

11. CAMPAIGN BRIEF

아래 카테고리 그룹 출품작은 아래의 정보를 포함시켜 브리프를 제출할 것

① CREATIVE MARKETING STRATEGY/EFFECTIVENESS:

OBIECTIVE COST OF CAMPAIGN

CAMPAIGN PLANNING **TARGET**

AUDIENCE MARKETING STRATEGY

CAMPAIGN SUMMARY MEDIA STRATEGY

OTHER AWARDS WON CREATIVE STRATEGY

MARKETING CONTEXT EVIDENCE OF RESULTS

CAMPAIGN DESCRIPTION- Results

② PUBLIC & MEDIA RELATIONS:

OBIECTIVE

RESEARCH

PLANNING

EXECUTION

TARGET AUDIENCE

RESULTS

③ 출품작의 비밀을 유지하고 심사용으로만 활용되기를 원할 경우 출품양식에 기재할 것

12. CREDITS

- ① 크리에이티브 크레디트 리스트를 더 이상 4~5줄로 제한하지 않습니다 뉴욕페스티벌 트로 피에는 특허를 받은 LED 비디오 프로젝터가 들어 있어, 트로피를 들어올려 프로젝트를 쏘 면 귀사의 수상작 뿐만 아니라 그 작업에 참여한 사람들의 이름과 직책을 볼 수 있습니다. 트로피 프로젝터는 바닥, 벽, 책상 위 등 어디에서나 비쳐서 볼 수 있음.
- ② 작품과 관련된 모든 사람(클라이언트, 광고회사, 브랜드 매니저, 제작팀 등 관련된 모든 사 람)들의 이름과 직책은 트로피 안에 내장될 뿐만 아니라 뉴욕페스티벌 웹사이트에서도 확 인할 수 있음.
- ③ 트로피는 클라이언트 뿐만 아니라 전체 제작팀 모두에게도 큰 선물임
- ④ 크레디트 정보를는 출품할 때 제출해야 함. 출품자는 출품을 준비하며 크레디트가 어떻게 나타나는지 미리 볼 수 있음

크레디트는 아래의 순서로 나타남

(이름 크레딧은 기재한 순서대로 나타나기 때문에 관여도가 높은 사람부터 작성할 것)

Line 1: 출품회사명(Entering Company)

Line 2: 브랜드/스폰서(Brand/Sponsor)

- Line 3: 작품명("Title of Entry")
- Line 4: 카테고리(Category)
- Line 5: 수상연도 및 출품부문(Year & Competition)
- Line 6: 회사 또는 개인(성명/직책)(Company and/or Person(s) Name(s) & Job Title(s))
- Line 7: 회사 또는 개인(성명/직책)(Company and/or Person(s) Name(s) & Job Title(s))
- Line 8: 회사 또는 개인(성명/직책)(Company and/or Person(s) Name(s) & Job Title(s))
- Line 9: 회사 또는 개인(성명/직책)(Company and/or Person(s) Name(s) & Job Title(s))
- Line 10~계속: 회사 또는 개인(성명/직책)(Company and/or Person(s) Name(s) & Job Title(s))

13. 출품작 사용

- ① 모든 출품작과 제출된 자료는 반납되지 않음.
- ② 뉴욕페스티벌에서 출품작과 자료들을 교육 또는 프로모션을 위해 전시, 시사, 복사, 출판, 복제할 수 있는 권한을 가짐
- ③ 출품자는 출품함으로써 International Awards Group, LLC에서 ②의 목적으로 행해지는 행 위에 대해 출품사나 관련회사들이 어떠한 비용이나 경비를 요구할 수 없음에 동의하였음.
- ④ 만약 귀사 출품작이 전시, 웹사이트, 플렛폼 등에 노출뢰는 것을 원치 않으면, 출품시 Prompted는 No로 답변하고 Heather Abrams에게 이메일을 보낼 것 Heather.Abrams@newyorkfestivals.com

14. 수상작 발표

- ① Finalists는 이메일로 통보되며, NYF웹사이트, 이메일, 소셜미디어 플랫폼과 업계지 등에 보 도자료로 배표됨
- ② 1등상, 2등상, 3등상과 특별상(industry award)은 뉴욕에서 Executive Jury들이 선정하며, 2019년 5월 미국 뉴욕시에서 열리는 2019 the New York Show에서 발표됨

15. 특별상(Industry Awards)

- ① Global Brand of the Year: 효과적인 커뮤니케이션보다는 혁신적이고 크리에이티브한 마케 팅으로 전 출품부문과 카테고리에서 최고의 점수를 받은 브랜드에게 주어지는 상.
- ② Global Agency Network of the Year: 전체 출품 부문과 카테고리에서 최다득점을 얻은 advertising agency network이 수상. 네트워크 회사는, 네트워크에서 100% 혹은 지배를 하 고 있는 회사이거나 이름이나 브랜딩을 사용하여 네트워크로 연결된 회사임
- ③ Regional Agency of the Year: 북아메리카, 남아메리카, 중동/아프리카, 유럽, 아시아/태평양 5개 지역으로 구분, 각 지역에서 전체 출품 부문과 카테고리에서 최고의 점수를 받은 advertising agency가 수상.
- ④ Boutique Agency of the Year: 네트워크 agency에 속하지 않고, 직원수 50명 미만의 회사 중에서 시장에 강한 임팩트를 주는 광고를 만든 agency에 주는 상. 동일하거나 다른 출품

작으로 최소 3개의 다른 상(1등, 2등, 3등상)을 수상해야 하며, 파이널리스트는 해당되지 않 음. 싱글과 캠페인 출품작은 따로 계산하지 않음. 위의 조건에 맞는 agency가 없을 경우, 이 상은 시상하지 않음

- ⑤ Best New Agency of the Year: 창업 3년 미만 광고회사 중에서 국제적으로 뛰어난 크리에 이티브 능력을 보이고 있는 회사 중 최고 득점을 한 agency에 주는 상. 동일하거나 다른 출품작으로 최소 3개의 다른 상(1등, 2등, 3등상)을 수상해야 하며, 파이널리스트는 해당되 지 않음. 싱글과 캠페인 출품작은 따로 계산하지 않음. 위의 조건에 맞는 agency가 없을 경 우, 이 상은 시상하지 않음
- ⑥ Independent Agency of the Year: 출품주체(해당 광고회사에서 출품했든 다른 관계회사들 이 출품했든)와 상관없이 전체 출품 부문과 카테고리에서 가장 높은 점수를 받은 네트워크 에 속하지 않은 독립광고회사(Independent Agency)에게 수여. 동일하거나 다른 출품작으로 최소 3개의 다른 상을 받은 광고회사 중에서 가장 높은 점수를 받은 회사에게 수여됨.
- ① Best Commercial Film Director: 본상은 2016년 신설. 이 새로운 상은, 출품자가 누구든 상 관없이, 환상적인 재능과 뛰어난 크리에이티브를 보여주며 커머셜부문에서 가장 많은 작품 을 수상한 감독에게 수여됨
- ⑧ Film Production Company of the Year: 출품주체(프로덕션, 대행사, 혹은 관련회사 등)와 상 관없이 모든 경쟁부문에서 가장 높은 점수를 획득한 제작사에게 수여됨. **출품사들은 제작사** 들이 수상할 수 있도록 크레디트에 제작사를 반드시 포함시켜주기 바랍니다.
- ⑨ Best of Show: 이 상은 누구나 이를 받을 수 있다. 하지만 그 아이디어가 다른 것들과는 굉장히 달라야 한다. Executive Jury들이 금상 수상작 중에서 특별한 대접을 받을 만한 크 리에이티비티와 이노베이션을 가진 한 작품에게만 수여

16. UNDPI상

- ① 뉴욕페스티벌과 유엔공보국(United Nations Department of Public Information)은 1990년부 터 평화와 안전, 여권신장, 사회개발, HIV/AIDS 포함한 건강, 인권, 범죄와 폭력, 문맹퇴치, 지 속적인 개발, 빈곤 퇴치 등을 위해 Public Service를 시상하고 있음.
- ② Public Service 출품작 중 Finalist 이상 수상작은 추가비용없이 응모 자격을 자동으로 갖게 되며, 수상작은 UN에서 주관하는 Blue Ribbon Panel에서 선정됨

17. PERSONALIZED AWARDS

- ① 수상자들은 뉴욕페스티벌 스토어에서 수상작 듀플리케이션을 구입할 수 있음.
- ② 수상작품과 관련된 모든 개인은 본인의 기여도에 맞춰 트로피나 증명서(certificate)를 주문 할 수 있음

18. 전시 및 저작권

① 모든 출품작은 International Awards Group, LLC 및 자매광고제인 AME Awards®, Hive Awards®, Midas Awards®, The Global Awards® 및 the New York Festivals® (이후

- IAG로 표기)에서 교육기관이나 관련단체, 광고전문가, 일반대중 등에 대한 지원을 위해 프 레젠테이션할 수 있는 자산으로 귀속되며 반납되지 않음.
- ② 특히 출품자는 IAG의 스폰서를 받은 전세계에서 행해지는 유료 및 무료 시사회 또는 공익 혹은 개별 프리젠테이션에 대해 IAG나 IAG대표들이 행하는 어떤 적법한 행위에 대해 로얄 티를 받지 않음을 허락함
- ③ 출품자는 IAG에서 출품작에 있는 트레이드 마크, 애니메이션화된 캐릭터나 동물, 판촉용 아이템 등을 사용하는 것을 허락함. IAG는 전 세계에서 IAG 수상작들을 상영하기 위한 television, radio, Internet presentations 0 | L telecasts, broadcasts, videotapes, Internet, DVDs, exhibits, annual 등에 출품자나 출품자 광고주에게 별도의 대가없이 출품작이나 라 이센스가 있는 출품작을 사용할 수 있음
- ④ 출품자는 출품작에 사용된 모든 음악에 대해 필요한 라이센스를 갖고 있거나 보호해 주어 야 함. 출품자는, 계열사, 수탁자, 면허권자가 여기에서 얻은 지적 자산이나 출품작의 컨텐 츠에서 얻을 수 있는 결과물이나, 계열사, 수탁자, 면허권자가 IAG에 대해 어떠한 제3자의 권리나 출품작의 노출에 대한 청구권이나 재능권을 요구하는 것에 대해 IAG를 완전하게 방어, 보호, 지지해 주어야 한다. 출품을 한 사람 또는 출품에 서명한 그/그녀는 여기에 기 재된 모든 권리에 대해 완전한 권한을 갖고 있음에 동의하였음
- ⑤ 만약 수상작이 공개되는 것을 원치 않는다면 아래로 연락 Heather Abrams (1.212.643.4800, Heather.Abrams@newyorkfestivals.com)
- ⑥ 우리는 진심으로 귀하와 귀하의 회사에 감사드리며 올해의 경쟁에서 큰 성공을 거두기를 바랍니다.