

LegnanoNews

Le news di Legnano e dell'Alto Milanese

La Premier League inglese (EPL) deposita marchi per criptovalute e NFT

divisionebusiness · Thursday, July 21st, 2022

Secondo i dettagli condivisi dall'avvocato specializzato in marchi Michael Kondoudis il 6 giugno, il deposito è stato effettuato la scorsa settimana presso l'Ufficio brevetti e marchi degli Stati Uniti (USPTO). Un deposito riguarda l'uso del logo del campionato, mentre l'altro riguarda il suo ambito trofeo.

La Premier League inglese (EPL) incontra l'industria delle criptovalute

L'EPL vuole ora ottenere l'uso esclusivo di questi elementi associati nel commercio delle criptovalute e degli asset digitali ad esse associati. La lega li applicherebbe anche all'abbigliamento sportivo virtuale, agli NFT, al mercato online degli NFT, al metaverso e ad altri servizi di criptovaluta.

Negli ultimi tempi, il mondo dello sport ha mostrato un interesse crescente per lo spazio degli asset digitali. L'anno scorso, la raccolta di NFT NBA Top Shot ha raggiunto una valutazione di 7,5 miliardi di dollari. Anche Red Bull Racing Honda ha collaborato con Tezos blockchain per costruire la sua esperienza NFT. Un'auto da corsa ha persino un tema Dogecoin per seguire l'onda del token meme.

A parte questo, diversi operatori di criptovalute sono intervenuti a sostegno di questi team e anche per farsi pubblicità. Ad esempio, Crypto.com ha pagato 700 milioni di dollari per i diritti di denominazione dello Staples Center dei Lakers. La borsa di scambio ha anche collaborato con il giocatore di basket LeBron James per offrire agli studenti opportunità Web3.0. Inoltre, Crypto.com è ora ufficialmente lo sponsor della FIFA World Cup 2022 che si giocherà in Qatar.

Note chiave

Sotto la guida di Sam Bankman-Fried, la borsa FTX ha concluso diversi accordi di criptovaluta. L'anno scorso l'azienda ha firmato un contratto da 135 milioni di dollari per i diritti di denominazione dello stadio dei Miami Heat. FTX è anche partner ufficiale di diverse squadre sportive, tra cui la Mercedes Formula Uno e i Washington Wizards. Se vuoi saperne di più, [clicca qui](#).

Quest'anno, il Manchester City ha stretto una partnership con l'azienda tecnologica Sony per costruire l'Etihad Stadium nel metaverso. I giocatori della EPL, Arsenal e Liverpool, hanno fatto

notizia per partnership simili. L'Arsenal ha stretto una partnership con Unagi per le NFT dei giocatori, mentre il Liverpool sta discutendo con due società di crittografia per la sponsorizzazione di abbigliamento sportivo.

Uno sponsor sportivo, tuttavia, Bitci.com, è stato estromesso dopo non aver rispettato la sua parte dell'accordo. Inoltre, i diritti di denominazione di FTX per lo stadio dei Miami Heat sarebbero stati troppo costosi rispetto a quanto pagato dagli inserzionisti precedenti.

Tuttavia, l'ampia approvazione delle criptovalute e degli NFT da parte delle squadre dell'EPL e di altri giocatori sportivi contribuirà sicuramente alla loro adozione massiccia. Gli NFT, ad esempio, probabilmente supereranno il record di vendita di 20 miliardi di dollari del 2021, soprattutto perché non sembrano essere così colpiti dagli inverni delle criptovalute. Anche le criptovalute a tema sportivo, come Chiliz, potrebbero raggiungere vette astronomiche grazie alla maggiore adozione da parte degli appassionati di sport.

Crypto.com confermato sponsor ufficiale della FIFA World Cup 2022 in Qatar

Martedì 22 marzo 2022 la FIFA ha annunciato un accordo di sponsorizzazione con [Crypto.com](#) per la Coppa del Mondo FIFA 2022 in Qatar. Ciò le consente di diventare lo sponsor esclusivo della piattaforma di trading di criptovalute per Qatar 2022.

Sport e criptovalute

Una delle più popolari società di crypto nella community per la sua presenza nel mondo dello sport è sicuramente Crypto.com, anche grazie al suo marketing aggressivo nel mondo dello sport. Anche FTX condivide lo stesso approccio, facendo sempre nel mondo dello sport passi da gigante.

Per entrambe le società, il marketing sportivo ha funzionato chiaramente, sia in termini di riconoscimento del brand e sia per il fatto che non sia passata inosservata la rivalità tra i due exchange.

Entrambi, durante l'ultimo Super Bowl, hanno condotto una campagna pubblicitaria aggressiva. Inoltre, FTX ha acquistato anche i diritti dell'ex Arena American Airlines, dove giocano i Miami Heat, mentre lo stadio dei Los Angeles Lakers, lo Staples Center, è stato acquistato da Crypto.com, ribattezzandolo in un più "bruttino" Crypto.com Arena.

This entry was posted on Thursday, July 21st, 2022 at 6:27 am and is filed under [Altre news](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.