6.8. Sponsor/pubblicità

Hanno investito 120,0 miliardi destinandoli per il 60% ai piloti e per il 20% alle scuderie. Ovviamente non esistono entrate misurabili, anche se alcuni studi specifici(analisi con "software valutazione stampa) (1) stimano in 3 volte il rapporto tra investimento e ritorno

6.9. Comunicazione

Anche il saldo della comunicazione è in attivo. L'analisi è stata condotta sulla base di stime ricavate dai bilanci degli editori e riponderata sul numero di copie diffuse. Tra i costi sono stati imputati oltre le retribuzioni per dipendenti (circa 50) e per i collaboratori (oltre 100), quelli derivanti da servizi acquistati da terzi (agenzie stampa, distribuzione, ecc.).

Tra le voci di entrata figurano i proventi delle vendite (31,0 miliardi) imputate esclusivamente al pubblico (per difficoltà di attribuzione ad altri soggetti quali gli stessi piloti, gli organismi istituzionali, gli operatori, ecc.) e quelli della pubblicità pari a 8,7 miliardi.

(1) Valore stimato 325.0 miliardi