COPIA DI CORTESIA DEL DEPOSITO

Curatore: Pretto Gianni
Giudice Delegato: Dott.ssa Elena Merlo
Procedura: COR SPORT S.R.L. (77/2025)
Massa: 00 - COR SPORT S.R.L.
Tipo di atto: Istanza non codificata
Descrizione: -prg 18_2026- nota di deposito relazione di stima marchio
N. istanza: 018

TRIBUNALE DI TREVISO

Sezione Fallimentare

Seconda Sezione Civile

N. CART. 11	N. REG.:	**77/2025**
	N. ATTO:	18-2026
	GIUDICE DELEGATO:	Dott.ssa Elena Merlo
	CURATORE:	Dott. Gianni Pretto

Liquidazione Giudiziale: COR SPORT S.R.L.

Oggetto: nota di deposito

Illustrissimo Signor Giudice Delegato, Dott.ssa Elena Merlo, il sottoscritto Dott. Gianni Pretto, nominato Curatore della procedura di liquidazione giudiziale suindicata,

deposita

ai sensi dell'art. 216 ccii relazione di stima del marchio redatto da dott. Nicolò Ciani Bassetti quale soggetto incaricato ad assistere la procedura nelle attività di stima, come da istanza datata 9 giugno 2026.

Con osservanza

Montebelluna, 30 giugno 2026

Il Curatore

(Dott. Gianni Pretto)

TRIBUNALE DI TREVISO

SEZIONE PROCEDURE CONCORSUALI

LIQUIDAZIONE GIUDIZIALE N. 77/2025

RELAZIONE DI STIMA DEL MARCHIO

C COR SPORT

Società: Cor Sport Srl

con sede legale in Montebelluna (TV), Via XXIV Maggio n. 43

Codice Fiscale Registro Imprese di TV n° 03295670263

G.D.: dott.ssa Elena Merlo

Curatore: dott. Gianni Pretto

INDICE

§ 1 – PREMESSE ..... pag. 3

1.1 – Natura ed oggetto dell'incarico ..... pag. 3

1.2 – I dati e la documentazione utilizzata ..... pag. 4

1.3 – L'oggetto e la data della stima ..... pag. 4

§ 2 – PROFILO STORICO E RAPPRESENTAZIONE ECONOMICA ..... pag. 5

§ 3 – LA SCELTA DEL METODO DI VALUTAZIONE ..... pag. 7

3.1 – In generale ..... pag. 7

3.2 – Il metodo applicato ..... pag. 9

§ 4 – LA VALUTAZIONE DEL MARCHIO ..... pag. 9

§ 5 – CONCLUSIONI ..... pag. 10

§ 1
PREMESSE

1.1 – Natura ed oggetto dell'incarico

È stato conferito allo scrivente, dott. Nicolò Ciani Bassetti, iscritto all'Albo dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili di Treviso al n. A1283, l'incarico di redigere una relazione di stima del valore economico del marchio **"C COR Sport" ®** di proprietà della società **COR SPORT S.R.L.**, con sede in Montebelluna (TV), Via XXIV Maggio n. 43, codice fiscale 03295670263, dichiarata in liquidazione giudiziale dal Tribunale di Treviso in data 12.09.2025, con sentenza n. 162/2025, di seguito più semplicemente "Società".

La presente relazione di stima ha la finalità di supportare la valorizzazione dell'attivo appreso alla liquidazione giudiziale al fine della cessione del marchio.

La presente relazione di stima costituisce adempimento all'incarico affidato e non è destinata ad essere utilizzata per altri scopi se non quanto descritto nel presente paragrafo; non si assume pertanto alcuna responsabilità in relazione ad altri scopi o nei confronti di altri soggetti, a parte il Curatore.

La stima fa riferimento alla documentazione, dati e informazioni raccolti nel corso dell'esame alla data di sottoscrizione della presente relazione e si basa sul presupposto che non siano intervenuti fatti straordinari dei quali non si è avuta conoscenza, tali da significatamene alterare la qualità delle conclusioni raggiunte, e che i dati gestionali forniti e/o esposti nei bilanci siano corretti e veritieri.

Scopo del presente paragrafo è pertanto quello di indicare i criteri, le condizioni e le limitazioni seguiti in relazione alle finalità dell'incarico ricevuto, secondo le norme applicabili nella preparazione di rapporti di valutazione (*Business Valutation Standards*); a tal riguardo si premette:

- *A) quanto all'indipendenza* – il sottoscritto non ha alcun interesse alla stima, o vi sono altre posizioni di conflitto, che possono metterne in dubbio l'indipendenza e l'obiettività;
- *B) quanto allo scopo e all'uso della Stima* – la presente relazione, come detto, ha lo scopo di fornire un supporto in ordine alla vendita del marchio e dei relativi diritti digitali e di dominio da parte della curatela, per il tramite della procedura competitiva ex art. 216 C.C.I.I., onde poter massimizzare il realizzo dell'attivo a vantaggio dell'intera massa dei creditori;
- *C) quanto alla validità della stima* – la presente stima è valida solo in relazione ai dati ottenuti ed utilizzati e agli scopi come sopra stabiliti, che implicano un approccio prudenziale. La stessa, pertanto, non potrà rappresentare finalità diverse fuori da detto contesto e da quelle sopra enunciate, né potrà rappresentare, in nessun modo, attestazioni o conferme dei dati forniti alla scrivente. Le conclusioni esposte nella presente relazione sono basate sul complesso delle valutazioni in essa contenute e pertanto nessuna parte della stessa potrà essere utilizzata disgiuntamente dal documento nella sua interezza.

La presente relazione, supportata da elementi probativi, è quindi finalizzata

all'ottenimento di un ragionevole conforto che l'inevitabile discrezionalità della stima si è mantenuta nei limiti consentiti dalla tecnica per prassi riconosciuta.
Il sottoscritto dichiara infine di essere domiciliato presso il proprio studio in Treviso (Treviso), Via Santa Margherita n. 46 (tel. 04221868511 – e-mail nicolo.cianibassetti@cbbassociati.com – pec nicolo.cianibassetti@pec.it).

1.2 – I dati e la documentazione analizzata

La presente stima si basa su dati ed informazioni forniti dal Curatore, nonché su dati aziendali relativi al periodo antecedente l'apertura della Procedura, rappresentati principalmente da:

- visura ordinaria e visura storica della società COR SPORT Srl;
- estratto della sentenza di liquidazione giudiziale del 12.09.2025;
- certificazioni di registrazione del marchio "**C COR SPORT**" ®, rilasciato da Euipo;
- bilanci 2020, 2021 e 2022;
- inventario della liquidazione giudiziale e relativa valorizzazione;
- liquidazione Iva acquisti e vendite gennaio 2021, gennaio 2022 e gennaio 2023;
- schede pdf clienti e fornitori anni 2021, 2022 e 2023;
- contratto di cessione del marchio tra Immobiliare & Mobiliare Tron Srl e Cor Sport Srl.

Sono stati inoltre utilizzati elementi contabili, di mercato e statistici, nonché altre informazioni ritenute utili ai fini dell'incarico.

1.3 – L'oggetto e la data della stima

Il Curatore ha richiesto la stima del valore del marchio figurativo "C COR SPORT"

registrato presso EUIPO (European Union), depositato in data 01.04.1996, registrato in data 01.10.1999, numero deposito 000110528, con scadenza 01.04.2023 e oggetto di rinnovo a cura della curatela in data 07.04.2026 per i seguenti paesi: Austria, Belgio, Bulgaria, Repubblica Ceca, Germania, Danimarca, Cipro, Croazia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Polonia, Paesi Bassi, Portogallo, Romania, Slovacchia, Slovenia, Svezia, Spagna, Ungheria, Irlanda, Italia e Malta.
La prossima scadenza è il 01.04.2036.
Si ricorda che il trasferimento nell'ambito della procedura concorsuali interviene nello stato di fatto e di diritto in cui i beni (nella fattispecie i marchi e i diritti connessi) si trovano, pertanto, il potenziale acquirente dovrà considerare anche i costi da sostenere per procedere alla trascrizione.

§ 2
PROFILO STORICO
E RAPPRESENTAZIONE ECONOMICA

La società COR SPORT S.r.l. nasce nel 1997 ed ha per oggetto l'attività di commercio all'ingrosso ed al dettaglio di calzature sportive e di qualsiasi articolo ed attrezzatura sportiva e per abbigliamento sportivo, sotto qualsiasi forma di vendita, anche mediante attività di import-export, incluso il commercio elettronico (…).

Fin dalla fondazione, l'azienda si è specializzata nella distribuzione e commercializzazione di articoli sportivi destinati sia agli amatori sia ai professionisti. Il catalogo della Società comprendeva oltre mille prodotti per fitness, arti marziali, ginnastica, sport di squadra, nuoto e molte altre attività.

La commercializzazione degli accessori avveniva prevalentemente sotto il marchio di proprietà della società "C COR Sport" ®.

Al fine di determinare il valore del marchio si è cercato di comprende il mercato ed i valori economici realizzati nei precedenti esercizi. I dati disponibili non permettono di comprendere l'andamento della società e dei prodotti a marchio "C COR sport", risultando disponibili solo i bilanci depositati fino al 31.12.2022, di seguito esposti.

STATO PATRIMONIALE	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022
Immobilizzazioni immateriali	801.548	701.826	602.105	502.463
Immobilizzazioni materiali	3.754	756	238	238
Immobilizzazioni finanziarie	-	-	-	-
Totale immobilizzazioni	**805.302**	**702.582**	**602.343**	**502.701**
Rimanenze	**882.999**	**779.830**	**811.442**	**743.641**
Crediti esigibili entro l'esercizio successi	276.289	232.502	252.824	175.669
Totale crediti	**276.854**	**233.067**	**253.389**	**176.234**
Disponibilità liquide	2.498	2.287	2.955	1.708
Attività finanz. che non costit. imm.ni	-	-	-	-
Ratei e risconti	1.266	4.988	4.293	-
Totale attivo	**1.968.919**	**1.722.754**	**1.674.422**	**1.424.284**
Patrimonio netto				
Capitale sociale	100.000	100.000	100.000	100.000
Riserva legale	200.000	200.000	200.000	200.000
Altre riserve	800.190	800.190	800.189	726.689
Utile e perdita portati a nuovo	316.793	186.106	39.849	-
Utile e perdita d'esercizio	- 130.687	- 146.257	- 113.350	- 101.770
Totale patrimonio netto	**1.286.296**	**1.140.039**	**1.026.688**	**924.919**
Fondo rischi contenziosi/ Rischi e Oneri	67.393	41.793	42.002	42.085
TFR	65.392	70.903	78.146	15.387
)ebiti esigibili entro l'esercizio succesivo	361.947	307.844	386.936	155.131
Debiti esigibili oltre l'esercizio succesivo	187.891	162.175	140.650	286.762
Totale debiti	**549.838**	**470.019**	**527.586**	**441.893**
Ratei e risconti	-	-	-	-
Totale passivo	**1.968.919**	**1.722.754**	**1.674.422**	**1.424.284**

CONTO ECONOMICO	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021	31/12/2022
Valore della produzione				
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	636.548	538.067	558.004	313.129
Altri ricavi	6.849	2.969	31.848	551
Totale valore della produzione	**643.397**	**541.036**	**589.852**	**313.680**
Costi della produzione				
Costi materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	396.280	181.013	345.264	75.907
Costi per servizi	188.537	142.719	123.542	102.273
Costi per godimento beni terzi	70.881	71.040	71.040	750
Costi per il personale	95.306	75.245	39.428	42.568
Ammortamenti e Svalutazioni				
Amm.ti immob. immateriali	*104.614*	*99.721*	*99.721*	*99.642*
Amm.ti immob. materiali	*4.126*	*2.998*	*518*	
svalutazione dei crediti	*1.316*			*884*
Altri accantonamenti				
Variazione delle rimanenze materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	- 105.325	103.169	- 31.612	67.801
Oneri diversi di gestione	9.331	3.586	45.571	19.896
Totale costi della produzione	**765.066**	**679.491**	**693.472**	**409.721**
Differenza (A-B)	**-121.669**	**-138.455**	**-103.620**	**-96.041**
Proventi e oneri finanziari				
Oneri finanziari	8.046	6.656	11.317	7.887
Utili e perdite su cambi	- 746	- 1.146	3.146	2.158
Totale proventi e oneri finanziari	- 8.792	- 7.802	- 8.171	- 5.729
Risultato prima delle imposte	-130.461	-146.257	-111.791	-101.770
Imposte	226		1.559	
Utile (perdita) esercizio	**-130.687**	**-146.257**	**-113.350**	**-101.770**

Lo scrivente non dispone né di situazioni contabili, né di dati relativi al fatturato di alcun esercizio, ciò costituisce una limitazione all'attività valutativa per come meglio esposto in tema di criteri di valutazione.

***

Il marchio **"C COR Sport**"® è registrato con categoria 18 (cuoio e sue imitazioni, articoli in queste materie non compresi in altre classi, pelli, bauli, ombrelli, bastoni da passeggio, fruste, finimenti, articoli di selleria), 25 (articoli di abbigliamento, calzature, cappelleria) e 28 (giochi e giocattoli, articoli per la ginnastica e lo sport).
Graficamente viene rappresentato come segue:

I prodotti commercializzati attengono articoli sportivi tecnici: dai guantoni di pugilato, ai palloni, alle ginocchiere ecc. La numerosità e diversità di prodotti offerti rende difficilmente confrontabili con altri competitor.

§ 3
LA SCELTA DEL METODO DI VALUTAZIONE

3.1 – In Generale

La creazione di un marchio da parte di un'azienda è un procedimento lungo e oneroso che va dalla creazione e registrazione fino alla sua pubblicazione, utilizzo e affermazione sul mercato.
Questo processo normalmente richiede tempi lunghi e investimenti importanti, sia finanziari che in termini di risorse. Dal punto di vista economico, essendo un segno grafico, il marchio rappresenta una entità priva di un valore in sé, se non è conosciuto dai consumatori.
Il reale valore di un marchio infatti è determinato unicamente dal suo accreditamento sul mercato, ossia dal positivo apprezzamento dei consumatori riguardo alle caratteristiche dei prodotti ad esso legati e da questo contrassegnati: in pratica, dal livello di accettazione di tali prodotti da parte del mercato e quindi dalla loro capacità di vendita.
A conferma di quanto sopra enunciato, i dati empirici dimostrano che un marchio, in quanto fattore produttivo che concorre alla formazione del reddito aziendale, è destinato a incrementare il suo valore nel tempo in funzione della sua notorietà e apprezzamento presso i consumatori, salendo a livelli di gran lunga superiori ai costi sostenuti per la sua creazione.
La tendenza attuale in materia di valutazione dei marchi è quella di far prevalere la componente intangibile del segno distintivo attribuendoli un valore direttamente correlato alla capacità di vendita.
L'elemento fondamentale del valore di un marchio è la sua capacità di produrre reddito, nella pratica, per contro, la determinazione di tale capacità presenta difficoltà oggettive e nella valutazione spesso intervengono fattori del tutto slegati dal conto economico.
Si può tranquillamente affermare che non esiste un metodo di valutazione dei marchi universalmente riconosciuto, in dipendenza di fattori quali la variegata possibilità di reperire le informazioni, l'aleatorietà dei mercati e le specifiche situazioni che caratterizzano ogni realtà economica.
Pertanto, la scelta del metodo di valutazione va attentamente ponderata analizzando, caso per caso, la realtà aziendale in quel momento, la sua specifica situazione e le sue prospettive future.
I principali metodi valutativi elaborati dalla dottrina sono:
1) metodi finanziari: sono volti a determinare il valore del marchio in misura corrispondente al valore attuale netto dei flussi di cassa dallo stesso derivanti. Il metodo di gran lunga più applicato è il metodo DCF (discounted cash flow) il quale si fonda sulle previsioni dei flussi di cassa attesi per un determinato numero di anni. A tal riguardo occorre osservare che i metodi finanziari necessitano della conoscenza dei flussi finanziari differenziali rispetto a quelli di una realtà analoga priva del marchio. In ragione di quanto sopra esposto in tema di documenti a disposizione dello scrivente, in particolare con riferimento ai flussi attesi, detta metodologia valutativa non risulta applicabile;
2) metodi reddituali: sono volti a determinare il valore del marchio sulla base dei flussi reddituali differenziali e attribuiscono rilievo ai benefici economici

specifici derivanti dal marchio. Attraverso tali metodi il valore del bene è pari al valore attuale dei redditi differenziali procurati dal marchio per un determinato numero di anni. Nel caso di specie i dati economici disponibili si limitano all'anno 2022 e per l'esattezza ai bilanci depositati. Non è disponibile alcuna contabilità, né tantomeno analisi di gestione del fatturato e relativi costi, pertanto, anche detti metodi risultano non applicabili;
3) metodi dei tassi di royalties: sono volti a determinare il valore del marchio sulla base dell'attualizzazione dei flussi di royalty ottenibili sul mercato grazie alla cessione di licenze d'uso. Tali metodi costituiscono di fatto il confine tra le tecniche riferite ai risultati economici ed i criteri empirici.
Le royalties sono definibili come proventi degli *intangibles* identificabili e suscettibili di autonoma cessione che un terzo, prescindendo da eventuali benefici da sinergie, è disposto a riconoscere al proprietario del bene immateriale a fronte del diritto di utilizzazione dello stesso. L'individuazione del royalties rates deve essere individuato in funzione di diversi fattori, il settore merceologico, la diffusione del marchio, l'esistenza di barriere all'ingresso.
Il tasso così individuato deve poi trovare una ponderazione in relazione alla propria capacità di produrre un ebitda positivo. Nel caso in questione l'ebitda ricavabile dai bilanci depositati, è negativo e quindi se ne potrebbe dedurre che il bene non disponga di una capacità autonoma di generare utili. Tuttavia, non disponendo della contabilità, l'ebitda potrebbe essere influenzato da molteplici fattori, pertanto, astrattamente il marchio potrebbe comunque avere una sua intrinseca capacità di generare redditi o flussi futuri, anche in considerazione della diffusione del marchio in Italia. Non essendo però possibile isolare gli effetti negativi di cui sopra non è possibile utilizzare i valori storici che condurrebbero ad un risultato negativo non rappresentativo del valore del bene. Tale assunzione potrebbe essere superata dalla presenza di un piano industriale capace di dimostrare la capacità del marchio di sostenere i ricavi e l'ebitda, tuttavia tale documento non è disponibile.
4) metodo dei costi: sono volti a determinare il valore del marchio in ragione dell'entità dei costi sostenuti per la realizzazione dello stesso o da sostenere per la sua riproduzione il tutto tenuto conto di un livello analogo di notorietà del marchio stesso. Operativamente tali metodi possono prendere a riferimento le seguenti configurazioni di costo:
- costo storico (che fonda il valore del marchio sulla base dei costi sostenuti durante le diverse fasi del ciclo di vita del marchio). La possibilità di utilizzo di tale metodo è intrinsecamente legata alla capacità di identificare correttamente i costi storicamente sostenuti; costi che nel caso di specie non sono identificabili per mancanza della contabilità, con conseguente impossibilità di sviluppo di tale metodo valutativo;
- costo di sostituzione o riproduzione (che fonda il valore del marchio sulla base dei "costi virtuali" che, al momento della valutazione, sarebbe necessario sostenere per disporre di un marchio equivalente sotto il profilo dell'utilità a quello oggetto di stima).

3.2 – Il metodo applicato

Per quanto sopra esposto e in considerazione delle modestissime informazioni a disposizione, nella determinazione del valore economico del marchio lo scrivente dovrà utilizzare il metodo dei costi.
In considerazione della diffusione dei diversi prodotti a marchio C COR Sport ® nel settore degli articoli sportivi tecnici, si adotta nella valutazione il costo di sostituzione.
Lo scrivente ha verificato l'eventuale presenza sul mercato di società che commercializzano analoghe tipologie di prodotto al fine di poter ricavare anche in logica di confronto, il costo di sostituzione. L'analisi non ha prodotto risultati utili; la tecnicità dei prodotti e la gamma offerta sono difficilmente comparabili (solo alcuni leader del mercato detengono marchi dedicati e confrontabili con C COR Sport ®, ma trattasi di realtà di dimensioni nettamente diverse da quelle della società in esame).

§ 4
LA VALUTAZIONE DEL MARCHIO

Al fine di determinare il costo di sostituzione è necessario individuare le fasi per creare un marchio che sono composte da:

- realizzazione grafica del marchio: i costi sono variabili in relazione al posizionamento sul mercato e quindi anche al tipo di collocazione che si vuole attribuire al brand. Per C COR Sport ®, considerando il tipo di prodotto, si ritiene che la figura idonea possa essere individuata in un designer esperto, tralasciando quindi da un lato agenzia strutturate per brand di alta gamma e dall'altro figure agli inizi dell'attività. L'onorario richiesto varia in un range compreso tra euro mille ed euro 3 mila;
- verifica di anteriorità: volta ad appurare l'esistenza di marchi simili. Il costo di detta verifica è compreso tra euro 500 ed euro 1.000;
- registrazione del marchio: i costi variano in base alle classi (nella fattispecie 18 -25 -28 relative ai prodotti sportivi) ed ai paesi di registrazione. Il marchio attualmente "C COR Sport" ® è registrato in Austria, Belgio, Bulgaria, Repubblica Ceca, Germania, Danimarca, Cipro, Croazia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Lettonia, Lituania, Lussemburgo, Polonia, Paesi Bassi, Portogallo, Romania, Slovacchia, Slovenia, Svezia, Spagna, Ungheria, Irlanda, Italia e Malta.
  Il costo per la registrazione europea, comprensivo delle tasse, può essere individuato nell'ordine di euro 1.500.

Oltre a detti costi necessari per la realizzazione e registrazione del marchio, nel caso di specie, si dovrà considerare un costo per rendere conoscibile il marchio. Colui che si rende aggiudicatario del marchio C Cor Sport ® beneficia della conoscenza del medesimo presso i consumatori e quindi della notorietà anche se limitata al settore tecnico sportivo e quindi ad una nicchia contenuta di consumatori. Considerati i modesti fatturati esposti nei bilanci depositati e di seguito riepilogati, la spesa per rendere conoscibile il marchio o comunque affinché il medesimo abbia una propria identificazione - che nella fattispecie è collegabile ad una piccola realtà - è attesa quindi nel range di euro 5 - 10 mila.

ANNO	FATTURATO
2019	636.548
2020	541.036
2021	558.004
2022	313.129

Per quanto sopra esposto il costo di sostituzione del marchio C Cor Sport ® è compreso tra euro 8 mila ed euro 15,5 mila.
Nella fattispecie in esame dal valore così determinato devono essere detratti i costi connessi alla doppia annotazione a cui dovrà provvedere l'acquirente in quanto l'originario acquisto da parte di C Cor Sport ® non è stato annotato.
I costi stimati per una annotazione ammontano a circa euro 2.400. Considerato che l'acquirente dovrà procedere con un doppio annotamento, si considererà l'importo di euro 2.400,00 in detrazione.
Nell'ambito valutativo si adotta pertanto un valore medio di dette risultanze individuando il costo di sostituzione in euro 9.350.

§ 5
CONCLUSIONI

Considerate le limitazioni dello scrivente nell'effettuazione della presente valutazione che hanno determinato la scelta del criterio valutativo del costo di sostituzione basato quindi sulla ricostruzione del costo che sarebbe necessario sostenere per disporre di un marchio equivalente a **C Cor Sport ®,**
si sono quindi individuate le fasi di creazione del marchio con la relativa valorizzazione, determinando il più probabile valore di liquidazione/realizzo del marchio **"C COR Sport"®** in euro 9.350,00 arrotondato per difetto in euro **9.000,00**.

***

Si rassegna la presente relazione di stima ringraziando per la fiducia accordata, restando a disposizione per ogni chiarimento dovesse necessitare.
Treviso, il 30 giugno 2026

dott. Nicolò Ciani Bassetti

Stampa ricevute deposito atti PCT

Ultimo invio del:

Procedura: 77/2025 - COR SPORT S.R.L. - *Tipo di atto:* Istanza non codificata - *Desc. Curatore:* -prg 18_2026- nota di deposito relazione di stima marchio
Istanza: 018 - *Desc. aggiuntiva:* -prg 18_2026- nota di deposito relazione di stima marchio

Accettazione	Non ricevuta	
Consegna	Non ricevuta	
Esito controlli	Non ricevuta	
Esito intervento ufficio	Non ricevuta	

Data creazione: 30/06/2026 16:38