

# In

# Fonderia

IL MAGAZINE DELL'INDUSTRIA FUSORIA ITALIANA

N.5 - 2019

## GIFA 2019, DA DÜSSELDORF UNO SGUARDO SULLA FONDERIA DEL FUTURO

*GIFA 2019 IN DÜSSELDORF:  
A LOOK AT THE FOUNDRIES  
OF THE FUTURE*

**REPORT ANNUALE CAEF: CRESCITA MODESTA  
NEL 2018 PER LE FONDERIE EUROPEE**

*Annual report by CAEF: modest growth in 2018  
for foundries in Europe*

**RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA DELLE  
IMPRESE: LE NUOVE LINEE GUIDA ASSOFOFOND**

*The administrative responsibilities of companies:  
Assofond's new guidelines*

**LA SECONDA VITA DEGLI SCARTI DI  
PRODUZIONE: IL SOTTOPRODOTTO**

*The second life of production waste:  
the sub-product*

**ASSOFOND**  
ASSOCIAZIONE ITALIANA FONDERIE

25-29 JUNE  
DÜSSELDORF  
GERMANY **2019**  
**GIFA**  
14<sup>TH</sup> INTERNATIONAL FOUNDRY  
TRADE FAIR WITH TECHNICAL FORUM



# CON IL NUOVO BRAND "ZANARDI AUSTEMPERING" L'AZIENDA VERONESE PUNTA SEMPRE PIÙ FORTE SULLA GHISA AUSTEMPERATA

*With its new brand "Zanardi Austempering", the Verona-based company is focusing always more strongly on austempered ductile iron*

Ha debuttato all'ultima GIFA Zanardi Austempering, il nuovo brand di Zanardi Fonderie S.p.a. che, da oltre trent'anni, crede e investe nelle potenzialità della ghisa austemperata (ADI): un materiale che offre ai costruttori di macchine una valida alternativa ai componenti in acciaio, massimizzando in numerose applicazioni il rapporto prestazioni/costi.

Come ha raccontato a "In Fonderia" Fabio Zanardi, presidente e CEO di Zanardi Fonderie, con il nuovo brand l'azienda intende offrire alle fonderie un nuovo servizio di trattamento termico conto terzi e proporsi come un interlocutore unico per la concezione, la progettazione, lo sviluppo e la certificazione del materiale.

**Alla GIFA avete presentato il nuovo brand Zanardi Austempering: cosa significa per voi questo passo?**

Per la prima volta ci siamo rivolti esplicitamente a una nuova tipologia di cliente: la fonderia di ghisa sferoidale. Abbiamo impostato le nostre modalità di comunicazione e di esposizione fieristica non pensando al tipico cliente OEM, costruttore di macchine, ma a chi fa il nostro stesso mestiere e vuole competere attraverso l'innovazione.



Fabio Zanardi, presidente e CEO di Zanardi Fonderie  
Fabio Zanardi, president and CEO of Zanardi Fonderie

*Zanardi Austempering, the new brand from Zanardi Fonderie Spa, made its debut at the recent GIFA fair. For over thirty years, the company has researched and invested in the potential of austempered ductile iron (ADI): a material that offers machine manufacturers a valid alternative to steel components maximising the performance/cost ratio for many applications.*

**Presentato alla GIFA il nuovo brand "Zanardi Austempering", che offre un servizio termico conto terzi alle fonderie europee.**

***New "Zanardi Austempering" brand, which offers a contract heat treatment service to all European foundries, was on display at GIFA.***



Il nuovo brand “certifica” che Zanardi Fonderie può offrire un servizio completo di trattamento termico conto terzi che va oltre l’attività più classica della fonderia. Come mai avete fatto questa scelta?

I nostri forni di austempering, installati nel 2000 nell’ambito di una precisa strategia rivolta all’eccellenza nella produzione delle ghise ADI, sono in grado di trattare una gamma di getti più ampia di quella tipica della nostra fonderia. Nell’ultimo decennio, in particolare, abbiamo assistito a un crescente interesse per le ghise austemperate su svariati fronti applicativi: dalle grandi fusioni alla colata continua, dalle serie limitate a pochi pezzi ai grandi volumi dell’automotive.

Abbiamo sempre voluto e ci siamo sempre resi disponibili a collaborare con altre fonderie per lo sviluppo di applicazioni in ADI. Con il brand Zanardi Austempering abbiamo reso esplicito e forte questo messaggio per non perdere l’opportunità di offrire la nostra trentennale esperienza sul campo e mettere a disposizione le nostre infrastrutture per sviluppare prodotti innovativi che rappresentano un’opportunità per tutti.

Quanto incide oggi in percentuale il servizio di austempering sul vostro giro d’affari complessivo e quali sono i vostri obiettivi e progetti per il futuro?

Rispetto al fatturato totale (incluso la vendita di getti) il servizio di austempering pesa per circa il 5%, e vogliamo raddoppiarlo nel giro di 2-3 anni. Stimiamo che il servizio per conto terzi possa pesare, a tendere, per circa il 50% della nostra capacità

*Fabio Zanardi, president and CEO of Zanardi Fonderie, told “In Fonderia” that this new brand is designed to offer foundries a new third-party heat treatment service, and will serve as a single point of contact for all aspects of designing, developing and certifying the material.*

*You unveiled the new Zanardi Austempering brand at GIFA: what does this step forward mean to you?*

*For the first time, we are clearly addressing a new type of customer: the spheroidal cast iron foundry. When we planned our promotion and display at the fair, we were not targeting typical OEM customers, the machine builders, but those doing the same job as us, who want to innovate and stay competitive.*

*Our new brand guarantees that Zanardi Fonderie will offer customers a complete third-party heat treatment service, beyond the remit of the classic foundry. Why did you choose to follow this path?*

*We installed our austempering furnaces in 2000, as part of a strategy aimed at producing top-quality ADI, and these are able to handle a much wider range of castings than we normally manage at our foundry. Over the last decade, in particular, we have witnessed a growing interest in austempered ductile iron for various applications: from large castings to continuous casting, and from small batches to large consignments for the automotive industry.*

*We have always been ready and willing to collaborate with other foundries to develop ADI applications. With the creation of the Zanardi Austempering*



totale di austempering, che attualmente è di circa 10.000 t/anno.

**Quali sono i principali vantaggi della ghisa austemperata?**

La ghisa austemperata combina la colabilità della ghisa con le caratteristiche meccaniche degli acciai bonificati, offrendo nel contempo un'alta resistenza all'usura che non necessita di ulteriori trattamenti superficiali (come tempra a induzione o nitrurazione).

Questo permette di progettare componenti più leggeri e più resistenti rispetto alle tecnologie alternative (acciai bonificati fusi o forgiati, carpenterie saldate, ghise sferoidali).

Il materiale ADI viene scelto quando questi vantaggi tecnici portano anche dei benefici in termini di costo rispetto alle tecnologie alternative: in alcuni casi si assiste a riduzioni di costo del componente stesso, nella maggior parte dei casi si parla di riduzione del total cost of ownership.

Ci sono anche casi in cui il costruttore decide di sostenere un aumento di costo in virtù di altri benefici, come per esempio la riduzione dell'impatto ambientale grazie all'alleggerimento.

**La promozione di un nuovo business passa necessariamente anche per le fiere internazionali, e dunque qualche migliore occasione della GIFA per lanciare il nuovo brand. Come è andata?**

Il brand Zanardi Austempering si rivolge a tutte le fonderie europee che producono ghisa sferoidale con le più disparate tecnologie di formatura: il mer-

*brand, we are sending out this message even more clearly, because we want to offer others our thirty years' experience in the field, and to make our facilities available for developing innovative products that will represent an opportunity for everyone.*

**How much is the austempering service currently affecting your overall turnover, and what are your goals and plans for the future?**

*The austempering service accounts for about 5% of our total turnover (including the sale of castings), and we aim to double it within the next 2-3 years. We estimate that our service for third parties might well represent about 50% of our total austempering capacity, which is currently around 10,000 tons per year.*





cato europeo rappresenta del resto per il settore il mercato "domestico", dato che la dimensione continentale è l'unica che ci può permettere di crescere. La GIFA, come abbiamo condiviso con gli altri espositori, è stata molto viva e intensa, e noi abbiamo riscontrato un forte interesse, che si è confermato anche nei mesi successivi. Siamo stati molto soddisfatti anche dalla partecipazione alle nostre presentazioni tecniche sulle caratteristiche dell'ADI e della "nostra" IDI, la ghisa perlitica - da noi brevettata - ottenuta da trattamento isothermico.

*Come vedi il comparto oggi e nei prossimi anni? E quale ruolo potranno ritagliarsi le fonderie italiane in un contesto di grande evoluzione dei settori committenti come quello attuale?*

È un periodo molto difficile per le fonderie europee. Il rallentamento dell'economia globale e i conseguenti cali di ordinativi che stanno sperimentando un po' tutti in questo quarto trimestre 2019 fanno presagire un 2020 ancora più sfidante. Credo che termini come "competenza", "flessibilità", "reattività", "valorizzazione delle persone" e "gestione della complessità" siano universalmente validi in questi tempi per il raggiungimento della competitività necessaria a garantire la sostenibilità del business. ■

*What are the main advantages of austempered ductile iron?*

Austempered ductile iron combines the castable qualities of cast iron with the mechanical characteristics of quenched and tempered steel, while also offering high resistance to wear and so obviating the need for further surface treatments (such as induction hardening or nitriding).

This allows us to design lighter, stronger components than we can with other technologies (molten and forged hardened steel, welded metalworking, spheroidal cast iron).

ADI is a better choice when the technical advantages of this material also bring cost benefits when compared to other technologies. In some cases, there is a decrease in the cost of the component itself, but in most cases it involves a reduction in the total cost of ownership.

There are also instances where a manufacturer decides to bear higher costs in order to accrue other benefits, such as a reduction in the environmental impact of a material due to its lighter weight.

*It is important to attend international trade fairs to promote a new business, and so what better opportunity than GIFA to launch our new brand? How did it go?*

Zanardi Austempering is directed at all those European foundries that use various types of moulding technology to produce ductile iron. The European market also represents the "domestic" outlet for the sector, given that the continental arena is the only one that can allow us to grow. As other exhibitors also found, this GIFA event was very busy and intense; we encountered a lot of interest, which was also sustained in the following months. We were also very pleased with the turnout at our technical presentations on the characteristics of ADI and "our own" patented isothermal ductile iron (IDI), produced by heat-treating unalloyed cast iron.

*How do you see the sector today and in years to come? And what role can Italian foundries carve out for themselves in the context of the current great changes in their customer base?*

It is a very difficult time for European foundries. The slowdown in the global economy, and the consequent reduction in orders that they are all experiencing in this fourth quarter of 2019 suggest that 2020 will be even more challenging. I believe that qualities such as "expertise", "flexibility", "responsiveness", "valuing people" and "managing complexity" are universally important at this time, if we are to achieve the competitiveness required to ensure the sustainability of the business. ■