

MADE TO TRADE.

Supply Chain Sustainability.

Juergen Matern: May 20th, 2011 | © METRO AG 2010



METRO GROUP: International Presence in 2010.



703 stores
in 30 countries.



427 stores
in 6 countries.



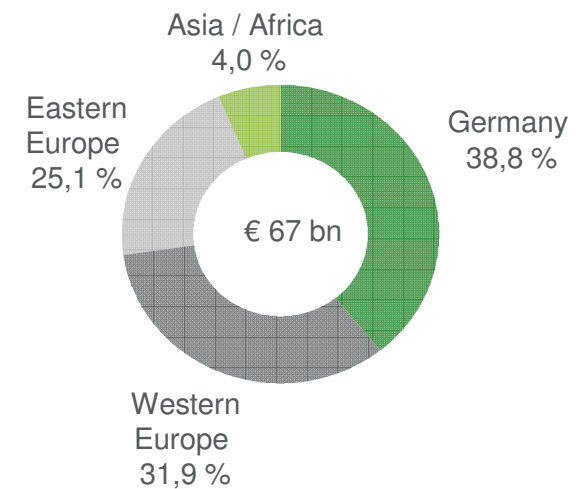
880 stores
in 17 countries.



139 stores
in 2 countries.



Group sales by regions 2010:

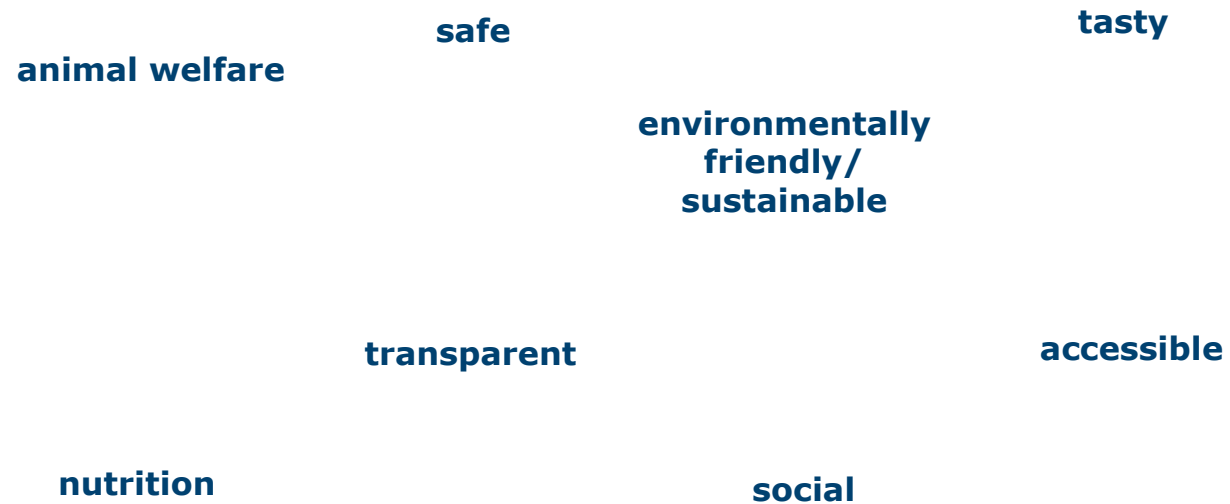


▶ **2,149 Standorte in 33 Ländern.**

Status: 31. März 2011.



Requirements of the cusotmer.



9.000.000.000 Consumers

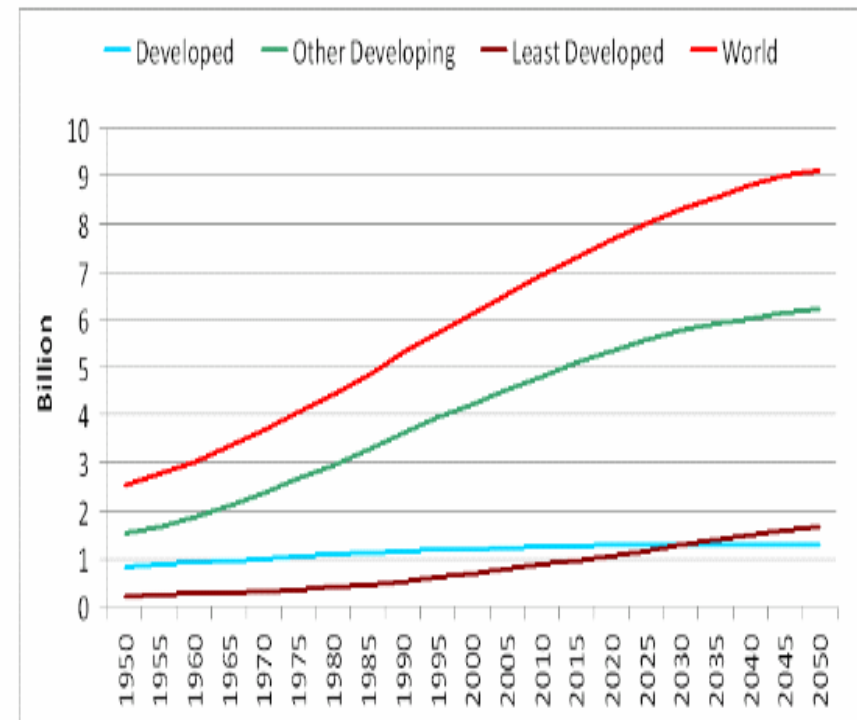
Up to 2050



World Population and Food 2010 – 2050.

Today the world population amounts to
6.5 Billion people,
1 Billion people do not have access to
sufficient food,
and **20,000** die of hunger every day!

For **2050** FAO predicted a rise by about
a third up to **9 Billion** people but,
global calorie demand will
increase by **70%.**



Source: UN Population Division, from van der Mensbrugghe et al. 2009

Broad public attention.

The Economist
FOCUS in Kooperation mit dem britischen Wochenmagazin

Essen für neun Milliarden Menschen

Politik und Industrie sorgen sich, wie die **wachsende Weltbevölkerung** ernährt werden soll

Zu Beginn dieses Jahres steckt die Nahrungsmittelindustrie schon wieder in der Krise. Die weltweiten Preise für landwirtschaftliche Produkte stiegen inzwischen sogar über den 2008 erreichten erschreckenden Spitzenwert. Damals stürzten Hunderte Millionen Menschen in Armut. Hungerevellen brachten Dutzende Regierungen in Entwicklungsländern ins Wanken. Exportnationen verboten den Verkauf von Getreide ins Ausland. Und die „Landaufräuer“ von reichen, Getreide importierenden Staaten in armen Agrarregionen warfen kritische Fragen auf, wie man den Armen überhaupt noch helfen könnte.

Auch heute gibt es Exportverbote, Hungerrevolten, Panikkäufe und strikte Preiskontrollen – genau wie in den Jahren 2007 und 2008. Befürchtungen, eine Dürre könnte außerdem die diesjährige Getreideernte in China vernichten, sendet Schockwellen durch die Weltmärkte. Der Unmut über steigende Brotpreise spielt bei den Unruhen im Nahen Osten eine entscheidende Rolle.

Obwohl Unterschiede zwischen 2008 und heute existieren, bleibt festzuhalten, dass die Landwirtschaft in weniger als vier Jahren zwei enorme Preisspitzen erlebt. Bei einem Treffen der G-8-Industrienationen 2009 nahmen die Staatlenken das Welternährungsproblem eben-

so ernst wie die globale Finanzkrise. Sie versprochen, über drei Jahre hinweg 20 Milliarden US-Dollar für die Förderung der Landwirtschaft aufzubringen. Der diesjährige Vorsitzende des G-20-Gipfels, Frankreichs Ministerpräsident Nicolas Sarkozy, will Fragen des Welternährungssystems vorrangig behandeln. Auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos vergangenen Monat stellten 17 Weltkonzerne eine „neue Vision für die Landwirtschaft“ vor und setzen sich dafür ein, Märkte für Kleinbauern stärker zu fördern – ein Zeichen wachsender Sorge auf dem Privatssektor.

Dieses neue Problembewusstsein ist gerechtfertigt. Die Zeit billiger Nahrungsmittel geht zu Ende: In Indien und China steigt die Nachfrage. Essgewohnheiten ändern sich – weg vom Getreide und hin zu teureren Nahrungsmitteln wie Fleisch und Gemüse. Zudem wird Mais immer mehr als Biobrennstoff verwendet. Die anziehenden Preise kommen ziemlich überraschend. In den 1990er-Jahren schienen die meisten landwirtschaftlichen Probleme gelöst. Die Erträge stiegen, die Schädlingsbekämpfung war erfolgreich, und Düngemittel machten ausgelaugte Böden fruchtbar.

Das Ende der über Jahrzehnte hinweg billigen Nahrungsmittel fällt nun ausgerechnet auch noch zusammen mit den Besorgnis erregenden Prognosen über die Entwick-



Unterstützung durch die Industrie Konzerne wollen Kleinbauern fördern.

122

FOCUS 9/2011

WELT ONLINE

Home Politik Meinung Wirtschaft Geld Sport Wissen Gesundheit Panorama

In den Nachrichten: Osama Bin Laden | "Wetten, dass..?" | Dirk Nowitzki | Pippa Middleton

UN-REPORT 11.03.2009 | Autor: Philip Kuhr

Weltbevölkerung wird rasant anwachsen

Trotz sinkender Geburtenraten wird die Weltbevölkerung bis zum Jahr 2050 rasant anwachsen. Allerdings beschränkt sich der Anstieg fast ausschließlich auf die Entwicklungsländer. Für Deutschland prognostizieren die Wissenschaftler dagegen einen erschreckenden Rückgang der Bevölkerung.

Oxfam-Papier zur EU-Agrarpolitik

Berlin, 29 | April | 2011

Hunger – Made in the EU

Das Oxfam-Papier „Die EU exportiert – die Welt hungert“ belegt, dass die EU-Agrarpolitik noch immer auf Kosten armer Länder geht. Milchseen, Schweine- und Geflügelberge, Dumping im neuen Gewand der Direktzahlungen sowie der massive Flächenverbrauch wegen steigender Nachfrage nach Soja gefährden die Ernährungslage in armen Ländern.



Global challenges – general situation.

- Dramatic rise of food and animal feed requirements

-
- Food and animal feed production to compete with bio fuels:

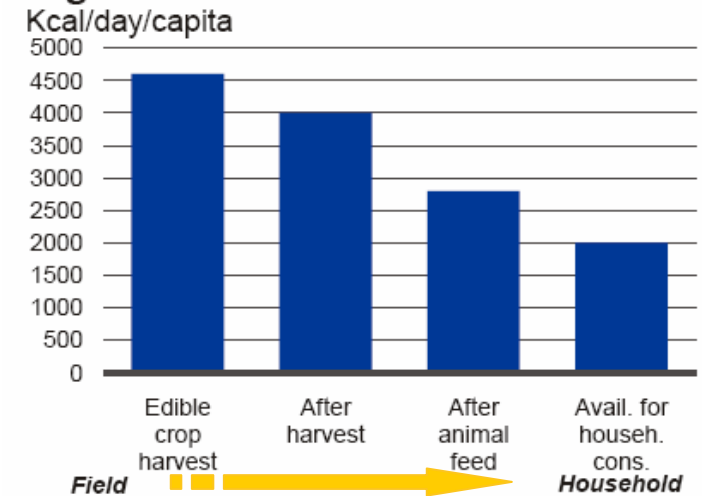
- Higher costs for food production

- Climate change

- High losses from food production to household (50%):

- Rotting / Vermin
 - Inefficient supply chains
 - Lack of cold chain control
 - Poor local infrastructure
 - Left overs
 - Animal diseases

Food losses: A gross estimate

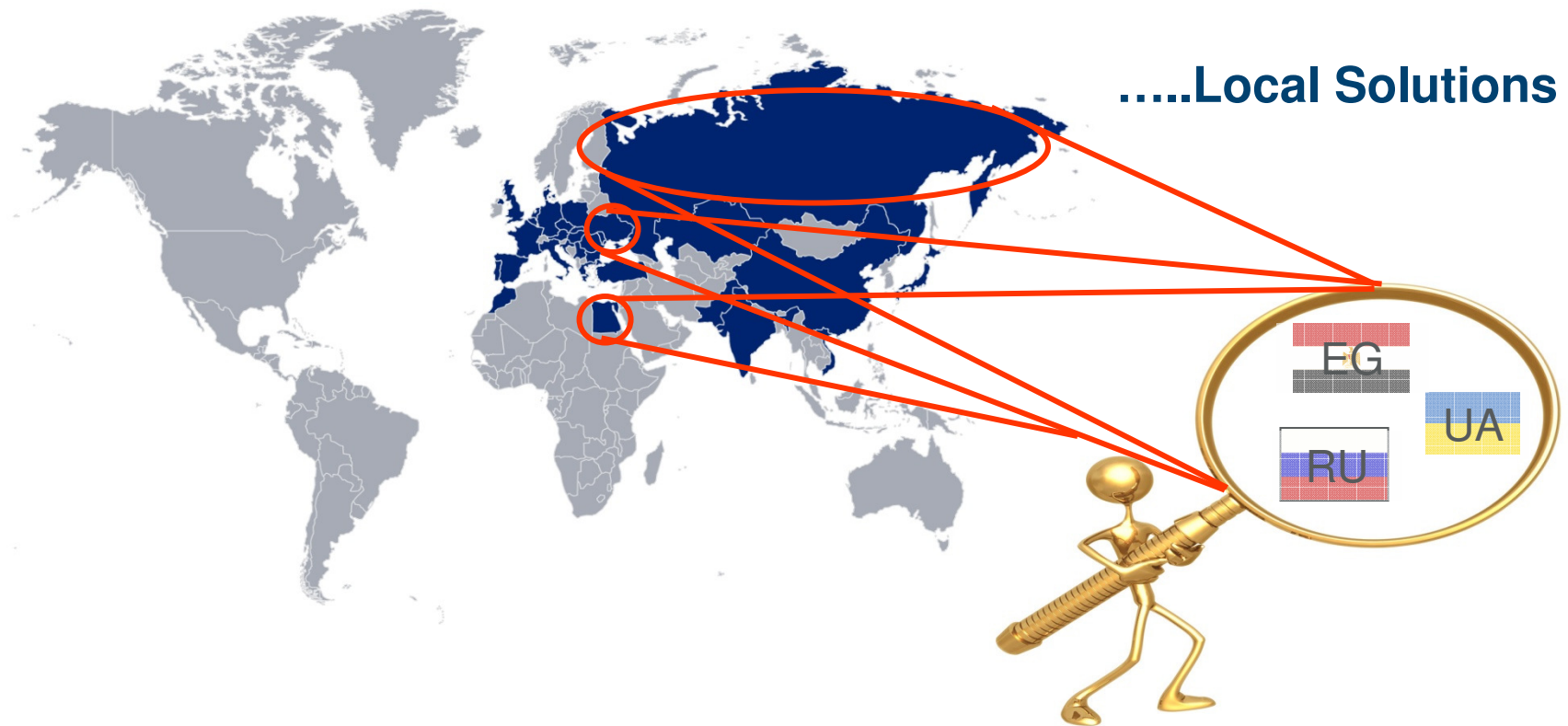


Source: United Nations Environment Programme

Global Challenges

METRO GROUP

.....Local Solutions





Local solutions.

HELP FOR SELF HELP

- METRO GROUP supports its suppliers in numerous countries to achieve international recognised standards
- close collaboration with local economy, public authorities and government as well as non-profit organisations
 - ➔ METRO Group supplier development program e.g. in cooperation with Unido since 2009, GIZ and International Finance Corporation (IFC).
- besides „technical“ education (Hygiene, cold chain, traceability), targeted awareness raising for foods
 - ➔ valuation calls for values!



Objective – certification is key 1/2.

- 1 Supplier should be IFS* certified by accredited Certification Body (CB) (*or other GFSI recognized standard)

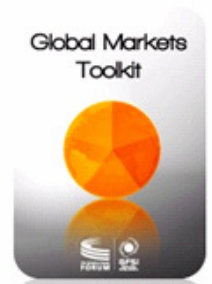
- In case certification is not yet an option:
 - Supplier shall obtain for **MAS** Contract

- ➔ **MAS: METRO** Group 2nd party **A**ssessment **S**ervice:
 - 2nd Party Assessment against METRO Checklist by selected CB's

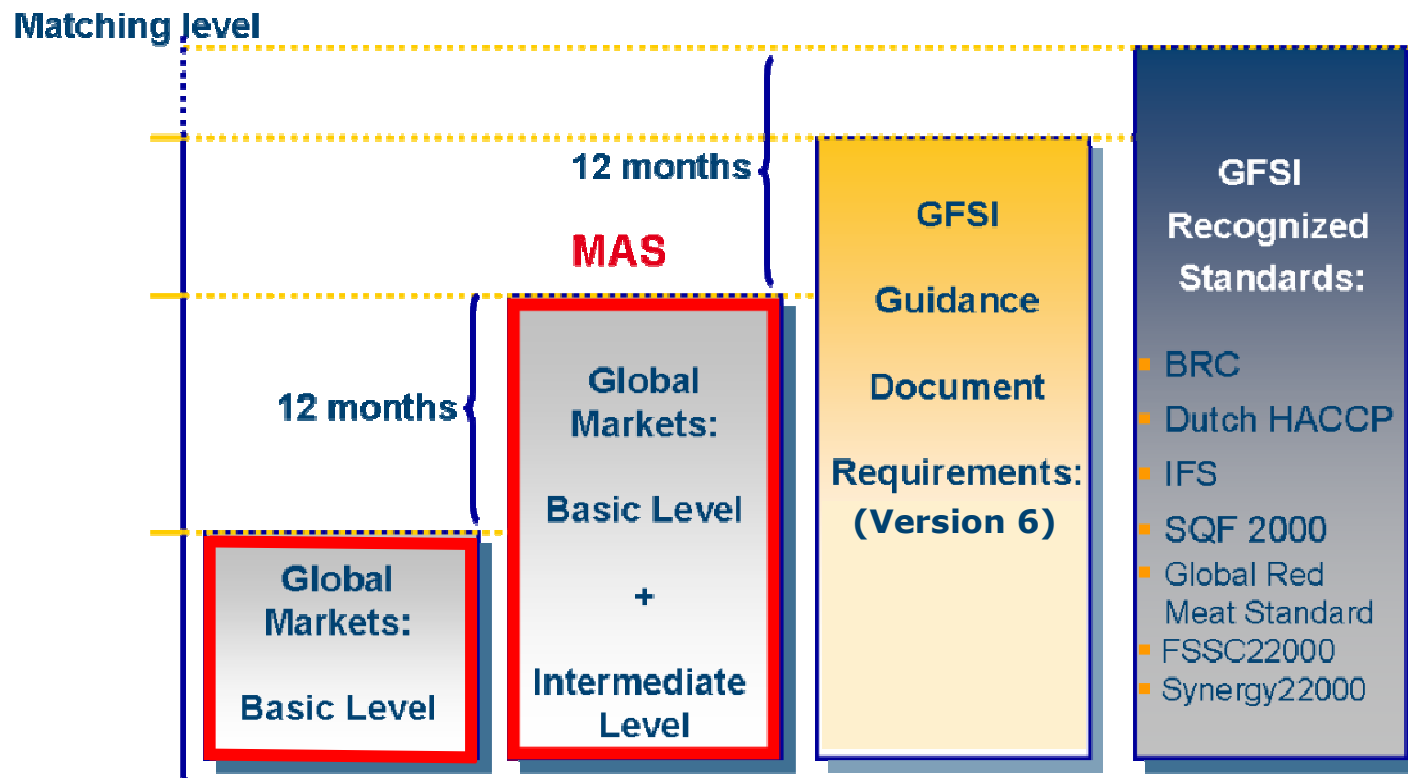
- ➔ Objective: To reach certification level ASAP



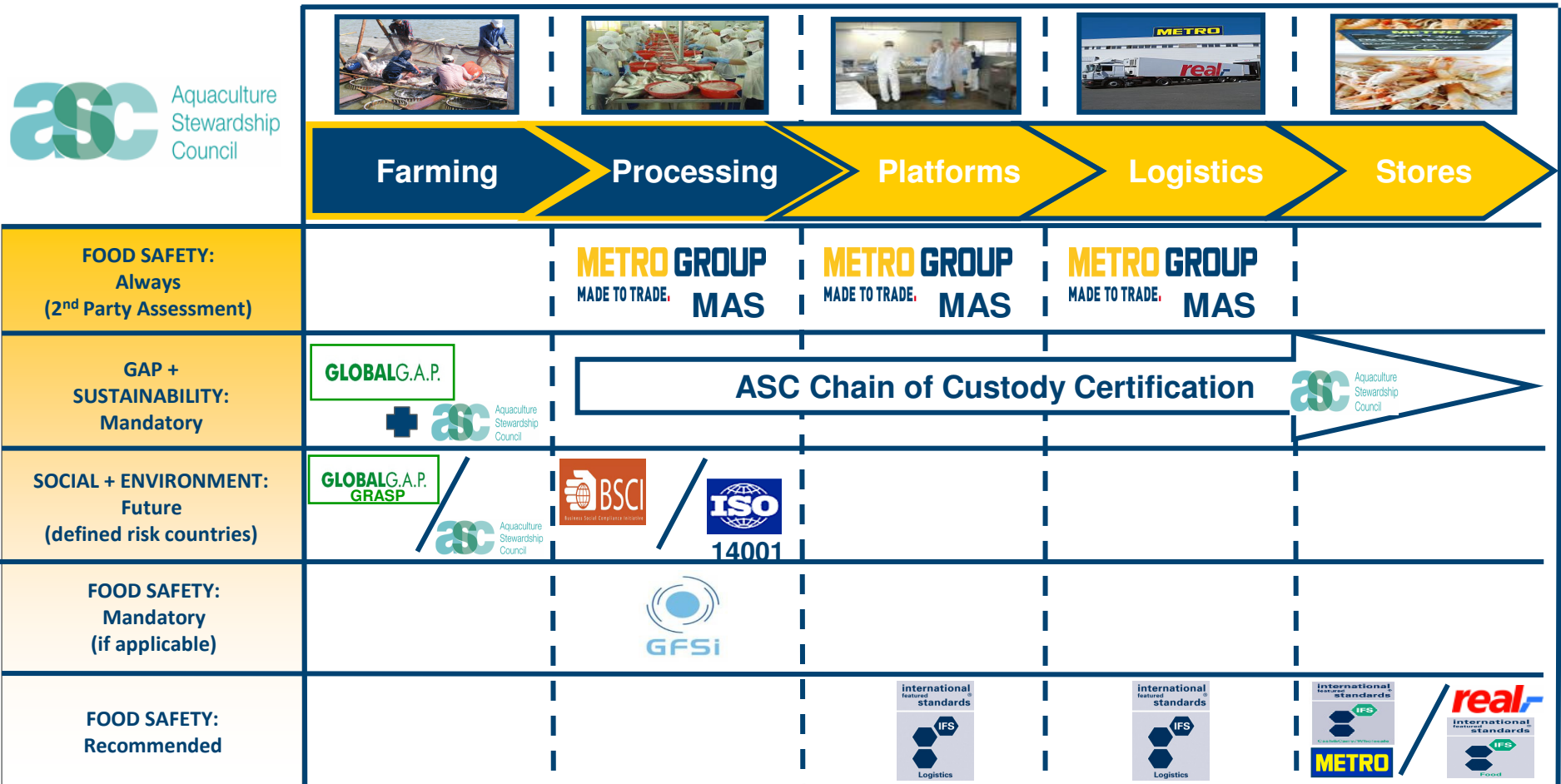
-
- 2 Especially for local sourcing/ - selling in emerging markets
Supplier shall enter Global Markets Toolkit of GFSI
(launched February 2011)



Objective – certification is key 2/2.



Own Brand – Farmed fish – Supply Chain Approach.



Project examples 1/2.

- Egypt: Pilot to implement GFSI's Global Markets Protocol (GMP) in less than 5 months, 18 suppliers selected assessed and trained (UNIDO)
 - now over 100 suppliers assessed and trained
- Ukraine: Now 20 suppliers assessed and trained, 95 to follow (IFC)
- Russia: To be trained and assessed 120 suppliers in 2011 (UNIDO)
- China: Assessment & training of 450 suppliers to date (900 until 2012) started (fish, meat, dairy, fruit & vegs)



Project examples 2/2.

Methodology:

- train-the-trainer model
- train local people: language, local regulations
- supplier 1st assessment
- identify training needs
- supplier 2nd assessment
- time between 1st and 2nd assessment: 3-4 months

Training results:

- Result: significant improvement in compliance with basic food safety standards (e.g. Egypt: 45% increase)
- As well as in individual competencies



Success factors post harvest losses.

- ❑ Holistic supply chain approach
 - ➔ no siloed solution
- ❑ Full traceability
- ❑ In countries with > 99% certified suppliers (mature countries)
 - ➔ decrease of recalls 1996 – 2009: from 20 to 2
 - ➔ \triangleq 90% reduction
- ❑ MAS – Global Markets supplier development program (developing countries)
 - ➔ stabilization of supply availability and delivered quality
 - ➔ decrease of post harvest losses by 40 %
- ❑ Logistics
 - ❑ Direct sourcing throughout sourcing offices
 - ❑ Central distribution center
 - ➔ Optimising of supply channel



Success factors food waste.

Food banks.

- Support of food banks since many years -150 tons foods per year by German retailers
- Care & Share projects in all regions, 18 countries



Care & Share

Waste Management.

- MAM (Germany) 30,000t p.a. organic waste ➔ Biofuel production

Conclusion.

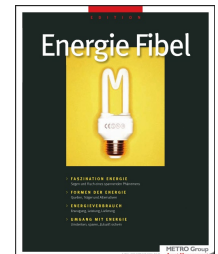
Commitments within Sustainability

- ➔ measurable, transparent and comparable by disclosure & documentation of key figures and targets.
- ➔ critical appraisal of legal development

Demand: further rethinking in the field of supplier qualification

- ➔ neutral basis and funding on the part of Unido, GIZ, IFC etc. as well as door-opener throughout government, politics and economy

➔ Thank you for a very successful cooperation so far!



„Der Letzte macht das Licht aus“



Way ahead - Effective Quality Assurance and Social Responsibility.

We are challenged to find **true solutions** which are in our customers' interest:

- Food safety
 - ➔ best practices roll-out (countries, assortment)
- Social compliance TODAY still a major challenge
 - ➔ develop strategy and projects
- Downstream knowledge
 - ➔ develop strategy and projects



**We build bridges from
farmers to market.**



We take care of nature.



METRO GROUP
MADE TO TRADE.

METRO
makro

real

Media Markt
SATURN

GALERIA
KAUFHOF

Juergen Matern

Vice President
Regulatory Affairs & External Relations
QSHE

METRO AG

Schlueterstrasse 5
40235 Duesseldorf, Germany

Tel.: +49 (0)2 11.969-2411

Mob.: +49 (0) 151.151-12016

E-Mail: juergen.matern@metro.de

Internet: www.metrogroup.de

