

Ode TO POSSIBILITIES



MEINDERT BROUWER
MB BOOKS, 2007
ISBN 978-9081194211

BOEK

Tekenen van hoop uit het regenwoud

AL TIENTALLEN JAREN HOREN WE GRUWEL- verhalen over het Amazonegebied: enorme stukken bos verdwenen, zeldzame diersoorten uitgeroeid. Eén ding hoor je maar zelden over deze ecologische schatkamer met tien procent van 's werelds soortenrijkdom: dat tachtig procent van dit gebied – zo groot als Europa – nog steeds intact is. Er is nog steeds de kans om de economische en maatschappelijke ontwikkelingen in het Amazonegebied op een duurzame manier te laten verlopen. Dat is het uitgangspunt van het boek *Amazon Your Business*.

Meindert Brouwer, deskundige op het gebied van commerciële activiteit in de regio, meent dat de weelderige biotoop van het Amazonebekken duurzame soorten industrie kan voortbrengen die aantonen dat het regenwoud meer winst oplevert in zijn natuurlijke staat dan wanneer het wordt omgehakt om sojabonen te produceren. Zijn boek staat vol inspirerende verhalen over ondernemers en activisten die wegbereiders zijn voor een wederopstanding van het Amazonegebied.

Slechts een greep uit nieuwe producten uit het regenwoud:

- De Venezolaanse coöperatie Ceacopev helpt meer dan 20 duizend inheemse ambachtslieden en boeren om winstgevende producten te ontwikkelen en op de markt te brengen, waaronder ma-

cadamianoten, tamarinde, honing, ruwe materialen voor toepassing in de meubelindustrie en siervoorwerpen als halskettingen en keramiek.

- In het regenwoud van Iwokrama, in Guyana – habitat van de grootste katachtige ter wereld (de jaguar), de grootste slang ter wereld (de anaconda), de grootste arend ter wereld (de harpij) en het grootste knaagdier ter wereld (de capibara) – stimuleert de organisatie Iwokrama nieuwe ondernemingen voor inheemse volken, gebaseerd op ecotoerisme, duurzame houtwinning, tropische vissen voor in aquaria, andiroba-olie en andere duurzame bedrijfstvormen.

Volgens Meindert Brouwer hadden deze nieuwe ondernemingen niet op een beter moment kunnen komen. Niet alleen is er grote belangstelling voor duurzame en eerlijke producten, legt hij uit, maar 'uit marketingtrends in Europa en de Verenigde Staten blijkt dat de klant natuurlijke, authentieke producten weet te waarderen. Voor dergelijke artikelen en diensten willen ze echt wel iets meer betalen. De verborgen kwaliteit van een artikel krijgt meer gewicht bij de beslissing om iets te kopen, omdat mensen meer waarde hechten aan "het verhaal achter het product".' —JAY WALLJASPER

MEER WETEN: WWW.AMAZONYOURBUSINESS.NL



BEDRIJVIGHEID UIT HET
AMAZONEGEBIED, VANAF LINKS:
IIBA (SCHALEN), GUAYAPI
(DRANKJE), TREETAP (RUBBER
SCHOUDERTAS), REPSA
(CHOCOLADE), ORO VERDE
(RINGEN VAN DUURZAAM GOUD)