



# “ABD ve Avrupa pazarında güçleneceğiz”

Novavera Kurucusu Bahar Alan, Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nda “Türkiye'nin Yöresinde Sürdürülebilir Fark Yaratan Girişimcisi” seçildi. Bahar Alan, zeytinyağı sektöründe kurduğu Novavera ile uluslararası büyüme hedefini sürdürüyor.

**E**konomist Dergisi, Garanti BBVA ve Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) iş birliğiyle bu yıl 15'inci kez düzenlenen Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nda “Türkiye'nin Yöresinde Sürdürülebilir Fark Yaratan Girişimcisi” ödülü Novavera Kurucusu Bahar Alan'ın oldu. Kurumsal hayattaki süreç yönetimi tecrübesini zeytinyağı sektörüne taşıyarak küresel çapta başarı yakalayan Alan, premium segmentte kaliteden taviz vermeden büyümeyi sürdürüyor. Markanın önümüzdeki dönem ajandasında ise operasyonel gücü artıracak yeni yatırımlar ve yurt dışı pazarlarda derinleşmek var.

Türkiye'nin zeytin mirasını modern bir kalite anlayışıyla dünyaya taşıyan Novavera, sürdürülebilir üretim modeliyle küresel pazarda emin adımlarla ilerliyor. Amerika'dan Japonya'ya uzanan geniş bir coğrafyada Türk zeytinyağını temsil eden markanın kurucusu Bahar Alan ile girişimcilik yolculuğunu, üretim felsefesini ve küresel vizyonunu konuştuk.

**Novavera'nın kuruluş hikâyesi nasıl başladı? Sizi kurumsal hayattan çıkıp zeytinyağı sektöründe girişimcilik yapmaya iten kırılma noktası neydi?**

Ben ODTÜ Endüstri Mühendisliği mezunuyum. Kariyerime Koç Grubu'nda başladım, ardından uzun yıllar farklı sektörlerde süreç yönetimi, verimlilik ve organizasyonel dönüşüm projelerinde çalıştım. Kurumsal hayat bana çok



## “Kendi sesinizi kaybetmeden ilerleyin”

“Bu ödül bireysel bir başandan çok, ekip ve üreticilerin emeğinin görünür olması anlamına geliyor. Aynı zamanda kadın girişimciliğinin ekonomik ve sosyal dönüşüm gücünü temsil ediyor. Bu yolculuk bana en çok sabrı öğretti diyebilirim. Kadın girişimcilere ise özellikle şunu söylemek isterim: Kendinizi eksik hissetmeyin. Üretim, tarım ve sanayi hâlâ erkek egemen alanlar gibi görülse de kadınların bu alanlara çok güçlü katkılar sunduğuna inanıyorum. En önemlisi de kendi sesinizi kaybetmeden ilerlemek. Çünkü kalıcı markalar biraz da kurucusunun karakterini taşıyor.”

şey öğretti; özellikle sistem kurma, kalite yaklaşımı ve sürdürülebilir büyüme bakış açısı bugün Novavera'nın temelini oluşturuyor. Ancak bir noktadan sonra daha anlamlı, daha kalıcı ve insan hayatına gerçekten dokunan bir iş yapmak istediğimi hissettim. Zeytinyağı burada benim için sadece bir ürün değil; sağlık, kültür, doğa ve yaşam biçiminin kesiştiği çok güçlü bir alan oldu. Çıkış noktam aslında bir marka yaratmaktan çok, gerçekten sağlıklı ve güvenilir zeytinyağı üretme arzusuymdu.

**Novavera bugün hangi üretim kapasitesine, ihracat ağına ve operasyonel büyüklüğe ulaştı? Son birkaç yıldaki büyüme performansınızı nasıl değerlendiriyorsunuz?**

Novavera bugün Ayrıcalık ve Manisa'daki organik bahçelerinde yaklaşık 55 bin zeytin ağacıyla üretim yapan, kendi üretim tesisine sahip bir marka haline geldi. Üretimimizin merkezinde kalite, izlenebilirlik ve sürdürülebilirlik yer alıyor.

Son yıllarda ikinci üretim hattımızı ve tam otomatik dolun hattımızı devreye aldık. Tesisimizin tamamını sürdürülebilir enerji altyapısıyla destekliyoruz ve üretim süreçlerimizde atıkların geri kazanımına büyük önem veriyoruz. Bugün ürünlerimizi Amerika başta olmak üzere Avrupa, Japonya ve Kuzey Avrupa dahil birçok ülkeye ihraç ediyoruz. Özellikle son yıllarda ihracat tarafında ciddi bir ivme yakaladık. Bizim için en önemli konu kontrollü büyüme. Çünkü premium segmentte asıl mesele hacim değil, güven oluşturabilmek.

"Türkiye'nin yöresinde sürdürülebilir fark yaratan kadın girişimcisi" olarak anılmanızın arkasında nasıl bir üretim ve marka yaklaşımı var?

Novavera'yı farklılaştıran en önemli unsur, kaliteyi yalnızca son üründe değil tüm süreçte ele almamız. Biz zeytinyağını aynı zamanda kültürel bir miras, sağlık yatırımı ve gastronomik bir değer olarak ele alıyoruz. Anadolu'nun çok güçlü bir zeytin çeşitliliği var ve biz bu çeşitliliği modern bir kalite anlayışıyla dünyaya taşımaya çalışıyoruz. Yüksek polifenollü üretim yaklaşımımız, organik tarıma verdiğimiz önem, uluslararası kalite standartlarımız ve sürdürülebilir üretim modelimiz markanın temel yapı taşlarını oluşturuyor. Marka tarafında ise samimi ama rafine bir dil kurmaya çalışıyoruz.

**Kaç kişiye istihdam sağlıyorsunuz? Bölgenizde nasıl bir fark yaratmışınız?**

Bugün Novavera'da yaklaşık 20 kişilik bir ekiple çalışıyoruz ve ekibimizin önemli bir kısmını kadın çalışanlar oluşturuyor. Ancak bizim için etki yalnızca doğrudan istihdamla sınırlı değil. Çalıştığımız üreticiler, hasat ekipleri, bölgedeki tedarikçiler ve iş ortaklarımızla birlikte daha geniş bir ekosistemin parçasıyız. Aynı zamanda Ayvalık'ın yalnızca bir üretim bölgesi değil; gastronomi, kültür ve nitelikli tarım açısından da güçlü bir merkez olması için çalışıyoruz. Yerel üretimi katma değerli hale getirmenin, bölgesel kalkınma açısından çok önemli olduğunu düşünüyorum.

**Markanız uluslararası yarışmalarda önemli ödüller aldı. Bu başarıların hem ihracat hem de marka bilinirliği tarafında nasıl bir etkisi oldu?**

Novavera, dünyanın en saygın zeytinyağı yarışmalarında yüzlerce ödül aldı ve son iki yılda EVOO World Ranking'de dünyanın en iyi zeytinyağı üreticisi olarak gösterildi. Bu bizim için çok kıymetli çünkü istikrarlı kaliteyi sürdürebilmenin bir göstergesi. Bu başarıların ihracat tarafında da önemli etkisi oldu. Özellikle Amerika, Japonya ve Avrupa



gibi pazarlarda distribütörler ve tüketiciler uluslararası referanslara büyük önem veriyor. Ödüller, ilk güven köprüsünü kuruyor ancak sürdürülebilir başarıyı sağlayan şey ürün kalitesi ve tüketici deneyimi oluyor. Ayrıca bu başarıların yalnızca Novavera için değil, Türk zeytinyağı algısı açısından da önemli olduğunu düşünüyorum. Türkiye'nin çok büyük bir potansiyeli var ve kaliteli üretim arttıkça dünya pazarındaki konumumuzun daha da güçleneceğine inanıyorum.

**Önümüzdeki dönemde yeni ürün kategorileri, farklı coğrafyalara açılım ya da perakende yatırımları gibi büyüme planlarınız var mı?**

Önümüzdeki dönemde yalnızca zeytinyağı değil, iyi içerik ve temiz üretim yaklaşımını taşıyan farklı ürün kategorileri

üzerinde de çalışıyoruz. Özellikle Akdeniz mutfak kültürünü ve zeytinyağını merkezi alan ürünler bizim için heyecan verici bir alan. Yurt dışında ise özellikle Amerika ve Avrupa pazarında daha güçlü bir yapılanma hedefliyoruz. Şu anda ihracat yaptığımız ülkelerde marka bilinirliğimizi artırmaya odaklanıyoruz. Bunun yanında gastronomi tarafında şefler, restoranlar ve seçkin satış noktalarıyla daha yakın iş birlikleri geliştirmek istiyoruz.

**Yatırım tarafında hedefleriniz neler? Yeni tesis, kapasite artırımı, ihracat ya da teknoloji yatırımları gündeminizde mi?**

Son yıllarda üretim hattımızı önemli ölçüde güçlendirdik. Önümüzdeki dönemde de özellikle üretim teknolojileri, sürdürülebilir enerji sistemleri, izlenebilirlik altyapıları ve dijitalleşme alanlarında yatırımlarımız devam edecek. Kapasite artışı elbette önemli ancak bizim için asıl mesele bunu kalite standardından ödün vermeden yapabilmek. Bu yüzden kontrollü ve uzun vadeli bir büyüme modeli izliyoruz. Ayrıca ihracat tarafında operasyonel gücümüzü artıracak yatırımlar da gündemimizde. Çünkü global pazarda rekabet edebilmek artık yalnızca iyi ürün değil, güçlü bir operasyon altyapısı da gerektiriyor.

