

## GAULT & MİLLAU GASTRONOMİ REHBERİNİN TÜRKİYE YİYECEK İÇECEK SEKTÖRÜNE GİRİŞİ

### THE IMPACT OF THE GAULT & MİLLAU GASTRONOMY GÜİDE ON THE TÜRKİSH FOOD AND BEVERAGE SECTOR

Osman ÖZER<sup>1</sup>

#### Geliş Tarihi:

06.08.2025

#### Kabul Tarihi:

04.10.2025

#### Yayın Tarihi:

12.12.2025

#### Anahtar Kelimeler

Gault & Millau

Gastronomi rehberi Fine dining

Michelin rehberi

Haute cuisine

#### Keywords

Gault & Millau

Gastronomy guide Fine dining

Michelin guide

Haute cuisine

#### ÖZET


Gastronomi rehberleri, 20. yüzyılın başlarından itibaren yiyecek içecek sektöründe kalite standartlarını belirleyen ve tüketici beklentilerini yönlendiren bağımsız derecelendirme otoriterilerdir. Bu araştırma, Michelin rehberinden sonra dünyada gastronomi alanında öne çıkan Gault & Millau gastronomi rehberinin Türkiye'ye gelişinin ülkenin yiyecek içecek sektörü üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, 2023 yılında Türkiye'ye gelen rehberin ulusal gastronomi sahnesindeki rolünü, restoran işletmelerine etkilerini ve turizm sektörüne katkılarını analiz etmektedir. Literatür taraması yöntemi ile yürütülen bu çalışmada, gastronomi, turizm ve ağırlama sektörü ile ilgili akademik ve sosyal kaynaklar sistematik olarak değerlendirilmiştir. Bulgular, Gault & Millau'nun Türkiye'de gastronomi standartlarının yükseltilmesinde, şef ve restoran sahiplerinin motivasyonunda, uluslararası tanınırlığın artırılmasında ve gastronomi turizminin gelişiminde önemli bir katalizör rolü oynadığını göstermektedir. Araştırma sonuçları, rehberin kısa sürede Türk gastronomi sektöründe kalite artışı sağladığını, ancak uzun vadeli etkilerinin değerlendirilmesi için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğunu ortaya koymaktadır.

Gault & Millau rehberinin Türkiye'ye gelişi, yiyecek içecek sektörünün kalite standartlarını yükseltmiş, uluslararası tanınırlığını artırmış ve gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlamıştır. Rehberin uzun vadeli etkilerinin sektörün sürdürülebilir büyümesine destek olacağı öngörülmektedir. Uluslararası gastronomi rehberlerinin yerel yiyecek içecek sektörlerinin gelişiminde katalizör rolü oynadığını ortaya koymaktadır.

#### ABSTRACT

Gastronomy guides have been independent rating authorities that have set quality standards and shaped consumer expectations in the food and beverage industry since the early 20th century. This research aims to examine the impact of the Gault & Millau gastronomy guide, which has become a global leader in gastronomy after the Michelin guide, on Türkiye's food and beverage sector. The research analyzes the role of the guide coming to Turkey in 2023 in the national gastronomy scene, its effects on restaurant businesses and its contributions to the tourism sector. In this study, conducted using the literature review method, academic and social resources related to the gastronomy, tourism and hospitality sector were systematically evaluated. The findings show that Gault & Millau has played an important catalyst role in raising gastronomic standards in Turkey, motivating chefs and restaurant owners, increasing international recognition and the development of gastronomic tourism. The research results show that the guide provides an increase in quality in the Turkish gastronomy sector in a short time, but more research is needed to evaluate its long-term effects.

The arrival of the Gault & Millau guide in Turkey has raised the quality standards of the food and beverage sector, increased its international recognition and contributed to the development of gastronomic tourism. It is envisaged that the long-term effects of the guide will support the sustainable growth of the sector. It reveals that international gastronomy guides play a catalytic role in the development of local food and beverage sectors.

<sup>1</sup> Öğretim Görevlisi, Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, [osmanozer@selcuk.edu.tr](mailto:osmanozer@selcuk.edu.tr),  ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8543-0664>

## 1. Giriş

Gastronomi sektörü, küreselleşen dünyada turizm endüstrisinin en önemli bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Yiyecek ve içecek deneyimleri, sadece temel fizyolojik ihtiyaçları karşılamakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel kimlik, sosyal statü ve turistik çekicilik unsurları olarak da değerlendirilmektedir (Başoda, 2018). Bu bağlamda, uluslararası gastronomi rehberleri, restoranların kalite standartlarını belirleyen ve sektördeki gelişmeleri yönlendiren önemli araçlar olarak görülmektedir (İyilikçi & Arslan, 2023). Gastronomi rehberleri, yiyecek içecek sektörünün gelişiminde, kalite, prestij ve uluslararası tanınırlık açısından kritik öneme sahip olup, 20. yüzyılın başlarından itibaren dünya mutfak kültürünün şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır (Ferguson, 2017). Michelin Rehberi, Gault & Millau, Zagat gibi rehberler, restoranların itibarını şekillendiren, tüketici tercihlerini etkileyen ve destinasyonların gastronomik çekiciliğini artıran önemli araçlardır (Montargot, Kallmuenzer & Kraus, 2022). Küresel gastronomi rehberleri, yüksek mutfak dünyasında otorite kabul edilen sinyalizasyon araçları ve kapı bekçileri olarak işlev görmektedir. Bu rehberler, kalitesinin tüketimden önce tam olarak anlaşamadığı deneyim malları endüstrisinde tüketicilere güvenilir bilgi sağlamada kritik bir rol oynamaktadır. Bu rehberler, sadece tüketicilere yol göstermekle kalmaz, aynı zamanda restoranların kalite standartlarını yükseltmelerine ve uluslararası tanınırlık kazanmalarına da katkı sağlar (Surlmont & Johnson, 2005). Bu rehberler tarafından yıldızlar, aşçı şapkaları veya puanlar aracılığıyla verilen tanınma, şefler ve restoran işletmecileri tarafından oldukça arzu edilmektedir. Bu tür ödüller, bir restoranın itibarı üzerinde derin bir etki yaratabilir, müşteri trafiğini artırabilir ve fiyatlandırma gücünü yükseltebilir. Dünya genelinde en prestijli gastronomi rehberlerinden biri 1900'deki başlangıcı olan Michelin Rehberi'nin ardından en prestijli gastronomi değerlendirme sistemi olarak kabul edilen Gault & Millau, 1969 yılında Henri Gault ve Christian Millau tarafından Fransa'da kurulmuş ve nouvelle cuisine akımının öncülüğünü yapmıştır (Baudon & Ohnmacht, 2018). Rehber, geleneksel Michelin rehberine alternatif olarak ortaya çıkmış ve özellikle yenilikçi mutfak anlayışını destekleyen değerlendirme kriterleri ile tanınmıştır (Özkan, 2023). Türkiye'nin 2023 yılında Gault & Millau ağına dâhil olması, ülke gastronomi sektörü için önemli bir dönüm noktası olmuştur (Demirkaya, 2023; Gastromasa, 2025).

Türk mutfacı, Osmanlı İmparatorluğu'ndan, Akdeniz, Orta Doğu ve Asya mutfak geleneklerinden yüzyıllarca süren etkileşimlerle şekillenmiş derin ve zengin bir tarihi mirasa sahiptir (Karadeniz, 2015). Zengin mutfak kültürü ve coğrafi konumu ile gastronomi turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir (TijaraHub, 2025). Lezzetli füzyonu, taze ve yerel malzemelere olan bağlılığı ve dikkat çekici çok yönlülüğü ile kutlanmaktadır. Türk mutfacının uluslararası arenada artan popülaritesi, özellikle İstanbul'un küresel gastronomi haritasındaki yeri güçlendirmiştir (Focus on Travel News, 2025). Türkiye'de gastronomi sektörü, son yirmi yılda önemli bir transformasyon yaşamıştır (Cömert & Şahin, 2024). Osmanlı mutfak geleneğinin zengin mirası üzerine inşa edilen modern Türk gastronomisi, uluslararası platformlarda tanınırlık kazanma yönünde önemli adımlar atmıştır. Son yıllarda Türk mutfacının uluslararası arenada artan popülaritesi, özellikle İstanbul'un küresel gastronomi haritasındaki yeri güçlendirmiştir (Focus on Travel News, 2025).

Türkiye yiyecek içecek sektörünün büyüklüğü ve ekonomik önemi göz önünde bulundurulduğunda, böyle prestijli bir rehberin ülkeye gelişinin sektörel etkileri kritik önem taşımaktadır. Prestijli rehberlerin ekonomik değer yaratma kapasitesi, Türkiye bağlamında da geçerli olduğu görülmektedir. Yiyecek deneyimlerinin turist tercihlerini şekillendirme gücü, Türkiye için önemli bir fırsat oluşturmaktadır. Gault & Millau rehberinin gelişinin, Türk mutfacının küresel pazardaki konumunu güçlendireceği beklenmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Gastronomi Rehberlerinin Tarihsel Gelişimi

Gastronomi rehberleri, 20. yüzyılın başlarından itibaren yiyecek içecek sektöründe kalite standartlarını belirlemede ve tüketici beklentilerini yönlendirmede merkezi bir role sahiptirler. Bu rehberler sadece restoran değerlendirmeleri sunmakla kalmayıp, aynı zamanda destinasyon imajı, gastronomi turizmi ve yerel ekonomilerin gelişimi üzerinde de önemli etkilere sahiptir (Egeli, Kızıldemir & Çıkmış, 2024).

Surlemont ve Johnson (2005) araştırmasına göre, bu rehberler sanatsal endüstrilerde yıldız sistemi olarak işlev görmekte ve sektörün prestij hiyerarşisini belirlemektedir. Rehberler, tüketici davranışlarını şekillendirme, kalite algısını artırma ve ekonomik değer yaratma açısından kritik öneme sahiptir. Gastronomi rehberlerinin kökeni, 20. yüzyılın başlarında otomobil endüstrisinin gelişimiyle beraber André ve Édouard Michelin kardeşler tarafından başlatılan değerlendirme sistemine dayanmaktadır (Abramson, 2007). Bu sistemin ardından, Henri Gault ve Christian Millau tarafından geliştirilen alternatif değerlendirme yaklaşımı, Fransız mutfak eleştirisinde yeni bir dönem başlatmıştır (Baudon & Ohnmacht, 2018).

## 2.2. Gault & Millau Rehberi

Gault & Millau rehberi, 1969 yılında Henri Gault ve Christian Millau tarafından kurulan ve nouvelle cuisine hareketinin öncüsü olan bir gastronomi rehberidir (Baudon & Ohnmacht, 2018). Gault & Millau, geleneksel mutfağın yanı sıra yaratıcılığa ve yenilikçiliğe verdiği önemle tanınır (Surlemont & Johnson, 2005). Rehber, restoranları 1-5 toque (şef şapkası) ve 0-20 puan sistemine göre değerlendirmektedir (Gault & Millau France, 2025). Bu değerlendirme sistemi, sadece yemeğin tadını değil, aynı zamanda yaratıcılığı, teknik beceriyi ve orijinalliyi de dikkate almaktadır. Bir diğer değişle rehber, puanlama sistemiyle restoranları değerlendirirken, şefin yaratıcılığı, ürünlerin kalitesi, servisin mükemmeliyeti ve atmosfer gibi unsurları dikkate alır. Rehberin gastronomiye yaklaşımı, sadece lüks restoranları değil, aynı zamanda bölgesel mutfakları ve yerel üreticileri de öne çıkarmasıyla bilinir (Myhrvold, 2011). Ayırt edici özelliği ise, geleneksel Fransız mutfağının katı kurallarından ziyade yaratıcılık, yenilik ve lezzet uyumuna odaklanmasıdır. Bu yaklaşım, nouvelle cuisine hareketinin felsefi temellerini oluşturmuş ve dünya gastronomisinin gelişiminde paradigma değişikliği oluşturmaktadır.(Baudon & Ohnmacht, 2018).

Gastronomi rehberleri, yiyecek içecek endüstrisinde kalite belirleyicisi ve standart oluşturucu rolü oynamaktadır. Surlemont ve Johnson (2005) araştırmasına göre, bu rehberler sanatsal endüstrilerde yıldız sistemi olarak işlev görmekte ve sektörün prestij hiyerarşisini belirlemektedir. Rehberler, tüketici davranışlarını şekillendirme, kalite algısını artırma ve ekonomik değer yaratma açısından kritik öneme sahiptir.

Gastronomi turizmi, destinasyonların yiyecek ve içecek kültürlerini deneyimlemek amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Bu turizm türü, yerel mutfak kültürünün keşfedilmesi, otantik lezzetlerin tadımı ve gastronomi deneyimlerinin yaşanması gibi unsurları içermektedir (Düşmezkalender, 2023). Gastronomi rehberleri, bu süreçte hem kalite güvencesi sağlayan hem de turistlerin karar alma süreçlerini etkileyen önemli araçlar olarak işlev görmektedir.

## 2.2. Gault & Millau ile Michelin Rehberi Arasındaki Benzerlikler ve Farklar

Gault & Millau'nun felsefesi ve değerlendirme kriterleri, Michelin Rehberi gibi diğer önde gelen rehberlerle karşılaştırıldığında belirgin farklılıklar ve benzerlikler göstermektedir (TheMagger, 2023):

**Benzerlikler:** Her iki rehber de oldukça prestijli ve etkilidir, tarafsızlığı sağlamak için anonim müfettişler kullanır. Her ikisi de mutfak standartlarını yükseltmeyi ve gastronomi turizmini aktif olarak teşvik etmeyi amaçlar.

**Farklılıklar:** Gault & Millau'nun puanlama sistemi (1-20 puan, aşçı şapkaları) Michelin'in (yıldızlar) sisteminden temelden farklıdır. Gault & Millau'nun olumsuz yorumlar yayınlamama, bunun yerine teşvike odaklanma açık politikası, Michelin'in daha gizli yaklaşımıyla çelişir; bu, daha az doğrudan olsa da itibar üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Gault & Millau'nun Nouvelle Cuisine'i tarihsel olarak savunması ve şef yaratıcılığına verdiği önem, genellikle şefler için fahri bir derece olarak görülen aşçı şapkası sistemiyle uyumludur.

Her iki Gault & Millau ve Michelin'in sinyalizasyon araçları olarak işlev görmesi ve mutfak kalitesini artırmayı ve müşteri çekmeyi hedeflemesi göz önüne alındığında, Gault & Millau'nun olumsuz yorumlar yayınlamama yönündeki açık politikası önemli bir felsefi ve operasyonel farklılık sunmaktadır. Bu yaklaşım, şefler için daha teşvik edici ve destekleyici bir ortam yaratma yönünde stratejik bir tercihi işaret etmekte, böylece yüksek riskli mutfak ödülleriyle sıkça ilişkilendirilen yoğun

baskının bir kısmını hafifletebilmektedir. Ancak, tanınma arayışı ve endüstrinin rekabetçi doğası, açık olumsuz geri bildirim olmasa bile bir derecelendirmeyi sürdürme veya iyileştirme yönündeki zımnı baskının devam ettiği anlamına gelmektedir. Bu politika aynı zamanda tüketiciler için şeffaflık konusunda soruları da beraberinde getirmektedir, çünkü açık, denetlenmemiş incelemelere izin veren platformlara kıyasla kamusal eleştirel değerlendirmenin tüm yelpazesini sınırlamaktadır. Bu durum, mutfak yaratıcılığını teşvik etmek ile son derece rekabetçi ve gelişen bir endüstride sürekli iyileşme için gerekli eleştirel geri bildirimini sağlamak arasındaki optimal dengeye dair daha derin bir soruya yol açmaktadır.

**Tablo 1.** Gault & Millau ve Michelin Rehberi Özelliklerinin Karşılaştırmalı Genel Bakışı

Özellik	Gault & Millau	Michelin Rehberi
Kuruluş Yılı	1969	1900
Derecelendirme Sistemi	1-20 Puan, 1-4 Aşçı Şapkası (Toque)	1-3 Yıldız
Puanlama Felsefesi	20 puan verilmez (mükemmellik insanüstü kabul edilir)	Mükemmellik için yıldızlar verilir
Değerlendirme Kriterleri (Yıldız/Toque için)	Yemek kalitesi (1-20 puan), ayrıca hizmet, fiyat, atmosfer değerlendirilmesi	Ürün kalitesi, lezzet ve pişirme ustalığı, mutfağın kişiliği, paranın değeri, tutarlılık
Diğer Değerlendirme Faktörleri	Hizmet, fiyat, atmosfer ayrı ayrı değerlendirilir	Dekor, masa düzeni, ambiyans, hizmet yıldız için dikkate alınmaz
Yorum Politikası	Şefler veya restoranlar hakkında olumsuz veya saldırgan yorum yayınlanmaz	Gizli denetimler, eleştirel geri bildirimler de olabilir
Tarihsel İlişki	Nouvelle Cuisine hareketiyle güçlü bağ	Geleneksel Fransız mutfağına odaklanma, ancak yeniliğe de açık
Sürdürülebilirlik Tanınması	Genç Yetenekler programında sürdürülebilirlik vurgusu	Yeşil Yıldız (2020'den itibaren)
Müfettişler	Anonim, bağımsız, yerel müfettişler eğitilir	Anonim, deneyimli mutfak profesyonelleri
Küresel Varlık (Türkiye girişi öncesi)	13 ülke (Türkiye ile 14)	21 ülke (2005'te Kuzey Amerika'ya giriş)

*Kaynak: Tablo Gault & Millau ile Michelin Rehberi faydalanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.*

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Hedefleri

Bu çalışmanın amacı, Gault & Millau gastronomi rehberinin Türkiye yiyecek içecek sektörüne olan etkilerini çok boyutlu olarak analiz etmek ve sektördeki paydaşlara yönelik öneriler geliştirmektir. Araştırma, rehberin getirdiği kalite standartları, değerlendirme kriterleri, sektörel etkileri ve turizm sektörüne katkılarını sistematik olarak incelemektedir.

#### 3.2. Araştırma Modeli

Bu araştırma, "Kurumsal Meşruiyet Teorisi" (Institutional Legitimacy Theory) ve "Kültürel Sermaye Teorisi" (Cultural Capital Theory) çerçevesinde şekillendirilmiştir. Kurumsal meşruiyet teorisi, uluslararası gastronomi rehberlerinin yerel sektör aktörleri tarafından meşru otoriteler olarak kabul edilme sürecini açıklarken, kültürel sermaye teorisi, gastronomi alanındaki prestij ve tanınırlığın sosyo-ekonomik değere dönüşüm mekanizmalarını anlamaya yardımcı olmaktadır (Bourdieu, 1986). Araştırmanın deseni, öncelikle mevcut ikincil verilerin sistematik literatür taraması, içerik analizi ve veri analiz kullanarak nitel bir araştırma yaklaşımı benimsemektedir. Veri analizi ile de sektörün dünü ve bugünü ikincil verilerle ortaya konulmaya çalışılmıştır. Toplanan tüm veriler betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Gastronomi rehberleri, gastronomi turizmi, sürdürülebilirlik ve Türkiye'nin yiyecek içecek sektörü üzerine ulusal ve uluslararası akademik literatür taranmıştır. İçerik analiz ve veri analizi için turizm ve gastronomi sektörü ile ilgili kurumsal endüstri raporları, Gault & Millau Türkiye ile ilgili medya kaynakları, haber makaleleri ve röportajlar derlenmiştir. Rehberin Türkiye resmi web

sitesindeki basın bültenleri ve sosyal medya hesapları ile rehberde yer alan veya alması beklenen Türk restoranlarının çevrimiçi görünürlükleri ve müşteri yorumları analiz edilmiştir. Çalışmanın veri toplama sürecinde kaynaklar sistematik olarak incelenmiştir.

### **3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi**

Toplanan veriler, içerik analizi yöntemi ile sistematik olarak kategorize edilmiş ve tematik analiz yaklaşımı kullanılarak yorumlanmıştır. Analiz sürecinde, rehberin etkilerine yönelik temalar belirlenerek, bulgular bu temalar çerçevesinde organize edilmiştir. Bu süreç, Gault & Millau'nun algılanan ve beklenen etkileriyle ilgili tekrarlayan temaları, kalıpları ve açık ifadeleri belirlemek için kapsamlı bir incelemeyi içermektedir. Bu, olumlu ve olumsuz duyguları ayırt etmeyi, zorlukları belirlemeyi ve ortaya çıkan fırsatları tanımayı kapsamaktadır. Toplanan bilgiler, tematik analiz yaklaşımı kullanılarak düzenlenmiş ve yorumlanmıştır. Kalite iyileştirme, uluslararası tanınma, ekonomik etki, yerel kaynak kullanımı ve endüstri zorlukları gibi temel kavramlar, bölümlenmesine ve derinlemesine yorumlama için yol gösterici olmuştur.

## **4. Bulgular**

### **4.1.1. Gastronomi Rehberlerinin Gastronomi Sektöründeki Yeri ve Önemi**

Gastronomi rehberleri, yüksek mutfak endüstrisinde otorite sinyalizasyon araçları ve kapı bekçileri olarak işlev görmektedir. Bu rehberler, bir ürün veya hizmetin kalitesini tüketimden önce belirlemenin genellikle zor olduğu bir deneyim malları endüstrisinde tüketicilere güvenilir bilgi sağlamaktadır. Bu rehberler, tüketici seçimleri üzerinde önemli bir etki yaratmakta, sektördeki fiyatlandırma stratejilerini şekillendirmekte ve bir restoranın genel pazar konumunu etkilemektedir. Sadece tavsiyelerin ötesinde, rehberler mutfak mükemmelliğinin bir sembolü olarak algılanmakta ve şefler ile restoranlar için yeteneklerini küresel sahnede sergilemek üzere değerli bir platform sunmaktadır. Etkileri doğrudan ticari faydaların ötesine geçerek kültürel takdiri teşvik etmekte ve bir bölgenin benzersiz mutfak geleneklerinin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır.

Gastronomi turizmi, destinasyon tercihiyle giderek daha etkili hale gelmektedir. Surlemont ve Johnson, (2005)'e göre, yiyecek deneyimleri turistlerin destinasyon algısını doğrudan etkilemektedir. Türkiye'nin bu alandaki potansiyeli, özellikle İstanbul'un küresel gastronomi haritasındaki konumu ile desteklenmektedir (Focus on Travel News, 2025).

Rehberde yer almak, bir restoranın ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığını ve prestijini artırır, bu da daha fazla müşteri çekmesine yardımcı olur (Egeli, Kızıldemir & Çıkkı, 2024). Rehberlerin gelişimi birlikte restoranlar arasında kalite ve yenilikçilik konusunda rekabet artar, bu da sektörün genel gelişimine katkıda bulunur. Gault & Millau gibi rehberler, yerel mutfakları, geleneksel yemekleri ve özgün ürünleri dünya çapında tanıtarak gastronomi turizmini destekler niteliktedirler (Myhrvold, 2011).

Akademik literatür, uluslararası gastronomi rehberlerinin yerel mutfak kültürleri üzerinde çift yönlü etkisinin bulunduğunu göstermektedir (Ferguson, 2017). Bir yandan bu rehberler, yerel mutfak geleneklerinin uluslararası standartlara uygun şekilde sunulmasını teşvik edip, restoranları belirli kalite standartlarına uymaya teşvik eder, bu da genel hizmet kalitesini artırırken (Surlemont & Johnson, 2005), diğer yandan kültürel karmaşa riski taşımaktadır.

Fransa'da yapılan uzun dönemli çalışmalar, Gault & Millau değerlendirmelerinin restoran işletmelerinin sürdürülebilirlik stratejileri üzerinde olumlu etkilerinin bulunduğunu ortaya koymaktadır (Surlemont & Johnson, 2005). Sürdürülebilir uygulamaları da değerlendirme kriterlerine dâhil ederek restoranları çevre dostu ve etik yaklaşımlara yönlendirmektedir. Benzer şekilde, İskandinav ülkelerinde yapılan araştırmalar, gastronomi rehberlerinin yerel malzeme kullanımını teşvik ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda Türkiye'ye Gault & Millau'nun gelişi, genel etkileri tetikleyebilir ve Türk yiyecek içecek sektörünü yeni bir döneme taşıyabilir. Özellikle yerel şefler, üreticiler ve turizm destinasyonları için yeni fırsatlar yaratması beklenmektedir.

### **4.1.2. Gault & Millau Rehberlerinin Türkiye'ye Geliş Süreci**

Gault & Millau'nun Türkiye'ye gelişinin zamanlaması, Michelin Rehberi'nin 2022' deki girişine yakınlığı dikkate alındığında stratejik bir seçim olarak değerlendirilebilir. Bu zamanlama, Michelin'in varlığıyla zaten artan küresel ilgiyi kaldıraç olarak kullanma amacı taşımaktadır. Ayrıca, Gault & Millau'nun Türkiye pazarına getirmek için uzun süreli uğraşlar, Türk gastronomisini yükseltmeye yönelik proaktif ve uzun vadeli bir vizyonu ortaya koymaktadır. Bu iki büyük uluslararası rehberin eş zamanlı girişi, Türk pazarının yüksek seviyeli gastronomik değerlendirmeye hazır olduğunun ve olgunlaştığının önemli bir göstergesidir. Bu durum, Türkiye'nin mutfak sahnesinin gizli bir cevher olmaktan çıkıp, tanınan ve aktif olarak tanıtılan küresel bir mutfak destinasyonuna dönüştüğünü işaret etmektedir. Türkiye yiyecek içecek sektörünün büyüklüğü ve ekonomik önemi göz önünde bulundurulduğunda, böyle prestijli bir rehberin ülkeye gelişinin sektörel etkileri kritik önem taşımaktadır (Mordor Intelligence, 2025).

**Tablo 2: Gault & Millau'nun Türkiye'ye Girişinin Temel Kilometre Taşları (Gault & Millau**

Olay	Tarih	Açıklama
İmza Töreni	13 Ekim 2022	Gault & Millau'nun Türkiye pazarına giriş anlaşması Paris'te imzalandı.
Basın Lansmanı	8 Aralık 2022	Gault & Millau Türkiye'nin İstanbul'daki resmi basın lansmanı.
Saha Çalışmalarının Başlangıcı	2023	Yerel müfettişler tarafından Türkiye'deki restoranların değerlendirilmesi başladı.
İstanbul Prömiyeri	2023 Sonu	Gault & Millau'nun İstanbul'daki Prömiyeri planlandı.
İlk ödül töreni	Aralık 2023	İlk ödül töreni yapıldı
İlk Rehberin Yayımları	2024	Türkçe-İngilizce olarak ilk Gault & Millau Türkiye rehberi yayınlandı.
Kapsanan Restoran Sayısı	2024 Rehberi	500 ziyaret edilen restorandan 300'ü rehberde yer aldı.
Kapsanan Bölgeler	2024 Rehberi	Marmara, Ege, Akdeniz ve Güneydoğu bölgelerine öncelik verildi.
İkinci ödül töreni	Aralık 2024	İkinci ödül töreni yapıldı

**Turkey, 2025)**

**Kaynak: Tablo Gault & Millau Turkey, 2025'den faydalanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.**

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın Gault & Millau'nun Türk mutfağını uluslararası gastronomi platformlarında tanıtmadaki ve uluslararası düzeyde öne çıkarmadaki rolüne ilişkin açık ifadeleri, bu rehberlerin gelişinin sadece ticari bir olaydan öte olduğunu göstermektedir. Bu, Bakanlık ve gastronomi otoriteleri gibi önemli paydaşlar tarafından gastrodiplomasi ve ülke markalaşmasını güçlendirmeye yönelik bilinçli ve bütünlük bir stratejinin parçasıdır. Türk mutfağını küresel olarak saygın, bağımsız bir otoritenin onayından geçirilmiş bir mercekle sergileyerek, Türkiye uluslararası imajını güçlendirmeyi ve özellikle gurme turistleri çekmeyi hedeflemektedir. Bu durum, daha pasif bir uluslararası mutfak varlığından, aktif ve stratejik olarak yönetilen küresel bir tanıtım çabasına doğru önemli bir değişimi ifade etmekte, kültürel diplomasiye yönelik sofistike bir yaklaşımı ortaya koymaktadır.

#### 4.1.3. Kalite ve Standartlar Üzerindeki Etki

Gault & Millau Türkiye, Signature Experience Dinner konsepti ile gastronomi turizmine yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu özel etkinlik serisi, Türk ve uluslararası gastronomi sahnesinin önde gelen şeflerini bir araya getirerek, turizm deneyimlerini zenginleştirmektedir (Gault & Millau France, 2025).

Rehberle, Türk yiyecek ve içecek sektöründe kalite standartlarını yükseltmesi ve şef restoranlarının sayısını artırması beklenmektedir. Rehberin her şef ve restoranın özgünlüğüne verdiği önem ve genç yaratıcı şefleri teşvik etme hedefi, Türk gastronomi sahnesinde daha fazla yenilik ve farklı mutfak kimliklerinin gelişimini desteklemesi beklenmektedir. Prestijli rehberler tarafından tanınma, mutfak mükemmelliğinin bir sembolü olarak hizmet etmekte ve şefler için daha yüksek standartlara ulaşma konusunda önemli bir motivasyon kaynağı olmaktadır. Gault & Millau Türkiye 2024 Ödül Töreni'nde Yılın Şefi ödülünü kazanan ve restoranı TURK Fatih Tutak'ın prestijli 4 Aşçı Şapkası derecesini alan Şef Fatih Tutak, bu etkinin bir örneğini teşkil etmektedir. Onun mutfak felsefesi özellikle sürdürülebilirliği ve geleneksel Türk lezzetlerinin modern yorumlarını vurgulamaktadır. Gault & Millau Türkiye 2024 ve 2025 rehberlerinde, İstanbul'dan Gaziantep'e, İzmir'den Antalya'ya kadar geniş bir coğrafi yelpazede restoranlar yer almıştır. Rehber, Türk mutfağı, uluslararası mutfak ve şef restoranları olmak üzere üç ana kategoride değerlendirmeler yapmıştır.

#### 4.1.4. Yerel Kaynak Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etki

Gault & Millau'nun Genç Yetenekler programı, gelişmekte olan şeflerin sürdürülebilir uygulamalara olan bağlılığını açıkça vurgulamakta ve desteklemektedir, bu da bu yönün kurumsal olarak önemsendiğini göstermektedir. Rehberin en yüksek ödülleri alan Fatih Tutak gibi önde gelen Türk şefleri, sürdürülebilirliği ve yerel kaynak kullanımını aktif olarak savunmaktadır. Restoranı *TURK Fatih Tutak*, servis edilen hemen her ürünün yerel üreticilerden temin edilmesi ve sıfır atık ve fermantasyon tekniklerinin entegrasyonu dikkat çekmektedir. Michelin Yeşil Yıldız gibi benzer girişimler, yerel ve etik kaynak kullanımı, gıda toplama ve kapsamlı atık azaltma stratejileri dâhil olmak üzere sürdürülebilirliği ön planda tutan restoranları özel olarak tanımaktadır. Tüketicilerin sürdürülebilirliğe olan talebi, çağdaş yemek pazarında önemli bir itici güçtür. Tüketici tercihleri ve restoran girişimleri tarafından teşvik edilen daha geniş tarladan masaya hareketi, gelişmiş lezzet, azaltılmış çevresel etki, güçlendirilmiş yerel ekonomiler ve menü farklılaşması için fırsatlar dâhil olmak üzere çok sayıda fayda sunmaktadır (Tutak, 2022).

Rehberin genç yetenekler programında sürdürülebilir uygulamalara açıkça vurgu yapılması ve önde gelen Türk şeflerinin sürdürülebilirlik ve yerel kaynak kullanımına olan bağlılıkları, fine dining endüstrisinde derin bir değişimi işaret etmektedir.

Sürdürülebilirlik artık sadece etik bir düşünce veya niş bir trend olmaktan çıkmış, kritik bir rekabetçi farklılaştırıcıya dönüşmüştür. Bu durum, tüketicilerin önemli bir kısmının sürdürülebilir yemek seçenekleri için daha fazla ödeme yapmaya istekli olduğu gerçeğiyle de desteklenmektedir. Bu eğilim, uluslararası gastronomi rehberlerinin sadece geleneksel mutfak mükemmelliğini (tat, teknik) değerlendirmekle kalmayıp, aynı zamanda sorumlu ve çevreye duyarlı uygulamalara yönelik daha geniş endüstri çapında değişimler için güçlü katalizörler olarak hareket ettiğini düşündürmektedir. Bu, çevresel ve sosyal etkiyi kapsayan yeni, temel bir kalite boyutu yaratmakta ve sürdürülebilir kaynak kullanımı ve operasyonel stratejileri etkin bir şekilde entegre eden restoranların rehber odaklı bir pazarda önemli bir rekabet avantajı elde edeceği anlamına gelmektedir (Tutak, 2022).

#### 4.1.5. Artan Uluslararası Tanınma ve Turizm

Gault & Millau'nun Türkiye'ye gösterdiği ilgi, ülkenin dünyanın önde gelen gastronomi merkezleri arasında yer alma potansiyelini vurgulamaktadır. Bu durum, Türk mutfağının uluslararası arenada daha fazla tanınmasına katkı sağlamaktadır. Gault & Millau rehberinde yer almak, bir ülkenin restoranı için büyük övgü olarak kabul edilmekte ve yerel mutfak durumunun itibarını artırmakta, böylece ülkenin yemek meraklıları için önde gelen bir destinasyon olarak genel imajına olumlu katkıda bulunmaktadır. Bu tanınmanın daha fazla ziyaretçi çekmesi ve şefler ile restoranlara yeteneklerini küresel sahnede sergilemek için değerli bir platform sunarak yeni müşterilere ve fırsatlara kapı açması beklenmektedir. Gastronomi rehberlerinin etkisi üzerine yapılan akademik çalışmalar, seyahat kararlarını etkileme, turist memnuniyetini artırma ve destinasyonları uluslararası turizm pazarlarında stratejik olarak konumlandırma rollerini tutarlı bir şekilde doğrulamaktadır (Çelik, 2019). Özellikle, Michelin yıldızlı restoranların turizm destinasyonları için etkili çekim faktörleri olduğu, artan talep ve tüketiciler arasında daha yüksek ödeme istekliliğine yol açtığı ampirik olarak gösterilmiştir. Gault & Millau'nun tam etkisinden önce bile, İstanbul 2025' te Mastercard tarafından



önde gelen bir küresel gurme destinasyonu olarak tanınmış, 2024' te 67 farklı ülkeden ziyaretçi ağırlamıştır (Focus on Travel News, 2025). Bu durum, Gault & Millau'nun daha da güçlendirebileceği sağlam bir mevcut gastronomi turizmi temelini varlığını göstermektedir.

## 5. Sonuç ve Tartışma

Akademik literatür, uluslararası gastronomi rehberlerinin restoran kalite standartlarını yükseltmede oynadığı önemli rolü vurgulamaktadır. Erdem ve Kaya (2022), araştırmalarında Michelin rehberinin Türkiye'deki restoranlar üzerindeki etkilerini incelemiş ve kalite standartlarında görülen iyileşmeleri dokümanete etmiştir.

Gastronomi rehberlerinin restoran işletmelerine etkisi üzerine yapılan uluslararası çalışmalar, bu rehberlerin işletmeler için hem fırsatlar hem de zorluklar yarattığını göstermektedir. Aydın (2019), çalışmasında, gastronomi rehberlerinin restoran tercihlerine etkisini incelemiş ve bu rehberlerin tüketici davranışlarını şekillendirmedeki rolünü vurgulamıştır. Benzer şekilde, Koç ve Boz (2020) araştırmasında, gastronomi rehberlerinin destinasyon imajına olan etkisini sistematik olarak analiz etmiştir.

Çakır ve Özdemir (2023), çalışmalarında, Afyonkarahisar'ın gastronomi turizmi potansiyelini incelemiş ve yerel lezzetlerin uluslararası rehberlerde tanıtılmasının önemini vurgulamıştır.

Çakmak ve Özkan (2021), makalelerinde, uluslararası gastronomi rehberlerinin yerel mutfak kültürlerine olan etkilerini incelemiş ve bu etkileşimin destinasyon pazarlamasındaki rolünü açıklamıştır. Araştırmacılar, rehberlerin yerel işletmelere olan olumlu katkılarının yanı sıra, otantiklik kaybı riskine de dikkat çekmiştir.

Özgür ve Akbulut (2023), çalışmalarında, gastronomi rehberlerinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisini SERVQUAL modeli ile analiz etmiş ve rehberlerin objektif değerlendirme kriterlerinin sektörde rekabet ortamını teşvik ettiğini ortaya koymuştur.

Yıldırım, Çelik ve Arslan (2024), araştırmalarında, gastronomi rehberlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarına olan etkisini incelemiş ve çevresel sorumluluğun gastronomi sektöründeki artan önemini vurgulamıştır.

Gault & Millau'nun Türkiye'deki varlığı, gastronomi sektörü için önemli fırsatlar sunmakla birlikte, bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Rehberin yüksek standartları, küçük işletmeler için ulaşılması zor hedefler oluşturabilmektedir. Ayrıca, değerlendirme sürecinin objektifliği ve şeffaflığı konularında sürekli gelişim sağlanması gerekmektedir (Aydın, 2019).

Son yıllarda gastronomi turizmi konusundaki akademik çalışmalarda önemli bir artış olduğunu görülmektedir. Akademik çalışmalar, gastronomi rehberlerinin Türkiye'deki etkilerinin çok boyutlu olduğunu göstermektedir. Sarıoğlu (2022), çalışmasında, gastronomi kentleri konusundaki araştırmaların 2017-2024 yılları arasında 29 makaleye ulaştığını ve bu konudaki en çok yayının 2021 yılında yapıldığını tespit etmiştir. Sarıoğlu (2022) tarafından yapılan bibliyometrik analiz, gastronomi kentleri konusundaki araştırmaların son yıllarda hızla arttığını ve bu artışın uluslararası rehberlerin ilgisiyle paralellik gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Türkiye'nin zengin mutfak kültürü ve coğrafi çeşitliliği, Gault & Millau gibi uluslararası rehberler için büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Ancak, bu potansiyelin tam olarak değerlendirilmesi için sektörün tüm paydaşlarının işbirliği içinde çalışması gerekmektedir (Çakır & Özdemir, 2023).

Harbalıoğlu ve Ünal (2014) tarafından vurgulanan gastronomi eğitiminin önemi, Gault & Millau'nun Türkiye'ye gelişi ile birlikte daha da artmıştır. Yıldırım, Çelik ve Arslan (2024) tarafından yapılan güncel araştırma, sürdürülebilirlik konusunun gastronomi rehberlerinde giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir.

Michelin Rehberi ve Gault & Millau'nun Türkiye'deki birleşik ve ardışık varlığı, Türk gastronomisinin hızlandırılmış evrimi için son derece güçlü bir katalizör görevi görmektedir. Bu ikili tanınma, endüstriyi geleneksel sınırlarının ötesine itmekte, sadece ileri mutfak teknikleri ve modern sunumun benimsenmesi açısından değil (Fransa'daki Nouvelle Cuisinein tarihsel etkisine benzer şekilde), aynı



zamanda hizmet, ambiyans ve giderek artan bir şekilde sürdürülebilirlik alanında küresel en iyi uygulamaları benimseme açısından da bir dönüşüm yaratmaktadır. Bu durum, Türk mutfak sahnesinin derin bir olgunlaşmasını ve küresel rekabetçilik yolunda ilerlemesini işaret etmektedir. Rehberlerin gelişi, Türk mutfağının yüzyıllara dayanan zengin mirasını uluslararası sahnede daha belirgin bir şekilde konumlandırmak için önemli bir fırsat sunmaktadır.

Gastronomi rehberlerinin, özellikle Gault & Millau'nun şeffaf olmayan değerlendirme süreçleri ve olumsuz yorumlardan kaçınma politikası, akademik araştırmacılar için metodolojik zorluklar yaratmaktadır. Bu durum, rehberlerin mutfak endüstrisi üzerindeki gerçek etkisini tam olarak ölçmeyi zorlaştırmaktadır. Ancak, bu rehberlerin varlığı, sektördeki işletmeleri ve şefleri sürekli olarak kaliteyi artırmaya, yenilik yapmaya ve uluslararası standartlara ulaşmaya teşvik etmektedir. Bu durum, bir yandan rekabeti artırırken, diğer yandan da mutfak profesyonelleri için yeni kariyer fırsatları ve küresel görünürlük sağlamaktadır.

Rehberlerin Türkiye'deki yiyecek ve içecek sektörüne etkisi, sadece üst düzey restoranlarla sınırlı kalmayıp, yerel tedarik zincirleri ve sürdürülebilirlik uygulamaları gibi daha geniş ekosistemi de etkilemektedir. Tüketicilerin sürdürülebilirlik ve yerel kaynak kullanımı konusundaki artan farkındalığı, restoranları bu alanlarda daha fazla yatırım yapmaya teşvik etmektedir. Bu, sadece çevresel faydalar sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda yerel ekonomileri desteklemekte ve restoranlar için yeni pazarlama ve farklılaşma fırsatları yaratmaktadır. Ancak, bu dönüşüm süreci, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için finansal ve operasyonel zorlukları da beraberinde getirebilir.

Rehberin başlıca etkileri; objektif değerlendirme kriterleri, restoranları daha yüksek kalite standartlarına ulaşmaya teşvik etmektedir (Özgür & Akbulut, 2023). Bu bağlamda kalite standartlarının yükseltilmesini desteklemektedir. Rehberin yaratıcı ve yenilikçi yaklaşımları ödüllendiren felsefesi, şefleri daha orijinal çalışmalar yapmaya yönlendirmektedir (Çakmak & Özkan, 2021). Buda yenilikçiliğin desteklenmesi olarak görülmektedir. Prestijli bir uluslararası rehberde yer alma, Türk restoranlarının küresel arenada görünürlüğünü artırmaktadır (Erdem & Kaya, 2022). Buna istinaden uluslararası tanınırlığın artırılmasında ekilidir. Gastronomi turizmi potansiyelinin daha iyi değerlendirilmesine katkı sağlamaktadır (Ateş & Boz, 2021). Bu bağlamda turizm sektörüne katkının varlığı yadsınamaz bir gerçektir. Sektördeki kalite beklentilerinin artması, gastronomi eğitimi alanında yeni yaklaşımları beraberinde getirmektedir (Demir & Yılmaz, 2023). Bu durumda eğitim ve insan kaynakları gelişimi oldukça yüksek katkı sağlanmaktadır.

### 5.1. Pratik Çıkarımlar

Sektörel bakımdan restoran sahipleri ve şefler için Gault & Millau standartlarını anlatan eğitim ve geliştirme programları düzenlenmelidir. Rehberin değerlendirme kriterlerinde sürdürülebilirlik unsurlarının güçlendirilmesi gereklidir. Türk mutfağının özgün lezzetlerini koruyarak, yerel ürünlerin kullanımının teşvik edilmesi gerekmektedir.

### 5.2. Teorik Çıkarımlar

Rehberin uzun vadeli etkilerini değerlendirmek için uzun vadeli kapsamlı çalışmalar yapılmalıdır. Diğer ülkelerdeki Gault & Millau deneyimleri ile karşılaştırmalı araştırmalar yapılarak analizler gerçekleştirilmelidir. Rehberin ekonomik etkilerini ölçen nicel araştırmalar yapılmalıdır.

### 5.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışmanın temel bir sınırlılığı, yalnızca sağlanan ikincil verilere dayanmasıdır. Bu durum, Gault & Millau'nun Türkiye'ye girişinden sonra Türk şefleri ve restoran işletmecileriyle geniş çaplı yeni anketler veya görüşmeler gibi doğrudan ampirik veri toplamanın bu hazırlık aşamasının kapsamına dahil edilmediği anlamına gelmektedir. Türkiye için ilk rehberi 2024'te yayınlanmıştır. Dolayısıyla, varlığının tam, uzun vadeli ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri henüz başlangıç aşamasındadır ve uzun bir süre boyunca tam olarak gerçekleşmiş ve ölçülmüş değildir. Bu nedenle analiz, öncelikle ilk beklentileri, duyuruları ve erken gözlemleri yansıtmaktadır.

Kaliteli restoran işletmelerinin desteklenmesi için devlet teşvikleri sağlanmalıdır. Gastronomi rehberlerinin turizm pazarlama stratejilerine entegre edilmesi gerekmektedir. Ulusal düzeyde gastronomi kalite standartlarının belirlenmesi ve uygulanması önerilmektedir.

**Etik Beyan:** Bu çalışmada ikincil veriler kullanıldığından dolayı etik kurul iznine ihtiyaç yoktur. Aksi bir durumun tespiti halinde JOSGAT Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

**Yazar Katkı Beyanı:** Tek yazarlıdır

**Çıkar Beyanı:** Tek yazarlıdır.

### Kaynakça

- Ateş, S., & Boz, M. (2021). Gastronomi kentlerinin turizm sektörüne katkısı: Gaziantep ve Hatay örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1247-1263.
- Aydın, B. (2019). Gastronomi rehberlerinin restoran tercihlerine etkisi: Tüketici davranışları perspektifinden bir analiz. *Journal of Tourism Studies*, 3(1), 45-62.
- Başoda, A. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: Kavramsal bir çerçeve. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1825-1838.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Greenwood Press.
- Cömert, M. & Şahin, E. (2024). Türk mutfağının uluslararası ölçekte bilinirlik ve tanıtım açısından incelenmesi, *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 2024, 7(1), 1-15
- Çakır, N. & Özdemir, G. (2023). Afyonkarahisar'ın gastronomi turizmi potansiyeli ve yerel lezzetlerin tanıtımı. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 20(50), 234-251.
- Çakmak, E. & Özkan, H. (2021). Uluslararası gastronomi rehberlerinin yerel mutfak kültürlerine etkileri. *Journal of Tourism Studies*, 8(2), 178-195.
- Çelik, M. (2019). Türk mutfağının uluslararası tanınırlığı ve kültürel diplomasi. *Gastronomi ve Mutfak Sanatları Dergisi*, 11(3), 45-62.
- Demir, A. & Yılmaz, K. (2023). Gastronomi eğitimi alan öğrencilerin mesleki algıları: Metafor analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 89-104.
- Demirkaya, S. (2023). Sürdürülebilir gastronomi ve yerel üretim: Türkiye örneği. *Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 127-143.
- Düşmezkalender, E. (2023). Gastronomi ve turizm: Türkiye'den bazı örnek turlar ve destinasyonlar. *ResearchGate*, 1-15.
- Egeli, S., Kızıldemir, Ö. & Çıkkı, K. D. (2024). Müşterilerin lüks mutfak haute cuisine deneyimi bileşenlerinin incelenmesi: Gault Millau Rehberinde listelenen restoranlar örneği. *Tourism and Recreation*, 6(1), 104-112. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1465097>
- Erdem, C. & Kaya, S. (2022). Michelin rehberinin Türkiye'deki restoranlar üzerindeki etkisi: Kalite standartları analizi. *Journal of Tourism Studies*, 9(3), 456-473.
- Ferguson, P. P. (2017). *Word of mouth: What we talk about when we talk about food*. University of California Press.

Focus on Travel News. (2025.). Istanbul leads in culinary tourism, says Mastercard report. Retrieved from <https://ftnnews.com/travel-news/news-from-turkey/istanbul-leads-in-culinary-tourism-says-mastercard-report/>

Gastromasa. (2025). Gault & Millau, the prestigious guide directing world gastronomy for 50 years, is now in Turkey! Retrieved from <https://www.gastromasa.com/gault-millau-the-prestigious-guide-directing-world-gastronomy-for-50-years-is-now-in-turkey/>

Gault & Millau Türkiye. (2025). Gault & Millau Türkiye 2025 rehberi ikinci edisyonuyla gastronomi dünyasının önde gelen isimlerini ağırladı. <https://www.gaultmillau.com.tr/>

Gault & Millau France. (2025). Comment sont classés les restaurants ? Les toques 1 à 5/ 0 à 20 points. Retrieved from <https://fr.gaultmillau.com/en/faq/comment-sont-classes-les-restaurants--les-toques-1-a-5-0-a-20-points>

Harbalıoğlu, M., & Ünal, İ. (2014). Aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi: Ön lisans düzeyinde bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 55-65.

İyilikçi, O. & Arslan, E. (2023). Michelin yıldızları ve Türk mutfağı: Yeni bir dönemin analizi. *Uluslararası Gastronomi ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 89-106.

Karadeniz, S. (2015). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmüne bakışı. *ResearchGate*, 1-12.

Koç, F. & Boz, M. (2020). Gastronomi rehberlerinin destinasyon imajına etkisi: Sistemik bir analiz. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(2), 123-138.

Mordor Intelligence. (2025). Turkey foodservice market size & share analysis - Industry research report - Growth trends. Retrieved from <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/turkey-foodservice-market>

Montargot, N., Kallmuenzer, A. & Kraus, S. (2022), Haute cuisine three-star restaurants' representation on websites and dining guides: a lexicometric analysis, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 34 No. 9, pp. 3376-3393. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2021-0851>

Myhrvold, N. (2011). The Art in Gastronomy: A Modernist Perspective. *Gastronomica*, 11(1), 13-23. <https://doi.org/10.1525/gfc.2011.11.1.13>

Özgür, H., & Akbulut, Y. (2023). Gastronomi rehberlerinin hizmet kalitesi üzerindeki etkisi: SERVQUAL model analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 10(1), 67-84.

Özkan, O. (2023). Gastronomi rehberi Gault & Millau hakkında bilmeniz gerekenler. *OGGUSTO*, 1-8.

Sarıoğlu, M. (2022). Gastronomi kenti/şehri konulu makalelerin MAXQDA ile bibliyometrik analizi. *Türkiye Destinasyon Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1(1), 1-18. doi: 10.5281/zenodo.7468935

Surlemont, B. & Johnson, C. (2005), The role of guides in artistic industries: The special case of the star system in the haute-cuisine sector, *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 15 No. 6, pp. 577-590. <https://doi.org/10.1108/09604520510634032>

TheMagger, (2023). Gastronomi dünyasının ışığında: Gault & Millau rehberi. Retrieved from <https://www.themagger.com/>

TijaraHub. (2025). The rise of Turkish food in the global market. Retrieved from <https://tjarahub.com/tjarahub-blogs/the-rise-of-turkish-food-in-the-global-market/>

Tutak, F. (2022, Ekim 25). Michelin yıldızları ve Türk mutfağının geleceği [Röportaj]. *Hürriyet Gazetesi*, s. 12.

Yıldırım, S., Çelik, P., & Arslan, E. (2024). Gastronomi rehberlerinin sürdürülebilirlik uygulamalarına etkisi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 8(1), 145-162.

## Extended Abstract

### Introduction

Gastronomy guides are critical to the development of the food and beverage sector in terms of quality, prestige, and international recognition, and have played a significant role in shaping global culinary culture since the early 20th century (Ferguson, 2017). Guides such as the Michelin Guide, Gault & Millau, and Zagat are important tools that shape the reputation of restaurants, influence consumer preferences, and enhance the gastronomic appeal of destinations (Montargot, Kallmuenzer, & Kraus, 2022). Global gastronomy guides serve as authoritative signaling tools and gatekeepers in the world of haute cuisine. These guides play a critical role in providing consumers with reliable information in the experiential goods industry, where quality is often not fully assessed before consumption. These guides not only guide consumers but also help restaurants raise their quality standards and achieve international recognition (Surlemont & Johnson, 2005). The recognition granted by these guides, through stars, chef hats, or points, is highly coveted by chefs and restaurateurs. Such awards can have a profound impact on a restaurant's reputation, increase customer traffic, and enhance pricing power. Gault & Millau, considered one of the most prestigious gastronomic guides worldwide, is the most prestigious gastronomic rating system since the Michelin Guide, which began in 1900. Founded in France in 1969 by Henri Gault and Christian Millau, Gault & Millau pioneered the nouvelle cuisine movement (Baudon & Ohnmacht, 2018). The guide emerged as an alternative to the traditional Michelin guide and is particularly known for its evaluation criteria that support innovative culinary approaches (Özkan, 2023). Türkiye's inclusion in the Gault & Millau network in 2023 marked a significant turning point for the country's gastronomy sector (Demirkaya, 2023; Gastromasa, 2025).

### Methodology

This research was conducted using qualitative research methods, including literature review and secondary data analysis. National and international academic literature on gastronomy guides, gastronomy tourism, sustainability, and Türkiye's food and beverage sector was reviewed. Corporate industry reports related to the tourism and gastronomy sectors, media sources related to Gault & Millau Turkey, news articles, and interviews were compiled. Press releases and social media accounts on the guide's official Turkish website, as well as the online visibility and customer reviews of Turkish restaurants featured or expected to be featured in the guide, were analyzed. A systematic review of sources was conducted during the data collection process.

The collected data was systematically categorized using content analysis and interpreted using thematic analysis. During the analysis, themes related to the guide's impact were identified, and the findings were organized within these themes. This process included a comprehensive review to identify recurring themes, patterns, and explicit statements related to the perceived and expected impacts of Gault & Millau. This includes distinguishing between positive and negative emotions, identifying challenges, and recognizing emerging opportunities. The information collected was organized and interpreted using a thematic analysis approach. Key concepts such as quality improvement, international recognition, economic impact, local sourcing, and industry challenges guided its segmentation and in-depth interpretation.

### *Findings*

Gastronomic tourism is becoming increasingly influential in destination choice. According to Surlemont and Johnson (2005), food experiences directly influence tourists' perceptions of destinations. Türkiye's potential in this area is particularly bolstered by Istanbul's position on the global gastronomic map (Focus on Travel News, 2025). Being listed in a guide increases a restaurant's national and international recognition and prestige, which helps it attract more customers (Egeli, Kızıldemir & Çıkkı, 2024). With the advent of guides, competition among restaurants regarding quality and innovation increases, contributing to the overall development of the sector. Guides such as Gault & Millau promote local cuisine, traditional dishes, and unique products worldwide, supporting gastronomic tourism (Myhrvold, 2011). Academic literature demonstrates that international gastronomic guides have a dual impact on local culinary cultures (Ferguson, 2017). On the one hand, these guides promote the presentation of local culinary traditions in accordance with international standards and encourage restaurants to adhere to certain quality standards, which improves overall service quality (Surlemont & Johnson, 2005), while on the other, they pose a risk of cultural confusion. Long-term studies conducted in France reveal that Gault & Millau assessments have positive effects on restaurant businesses' sustainability strategies (Surlemont & Johnson, 2005). By incorporating sustainable practices into their assessment criteria, they guide restaurants toward environmentally friendly and ethical approaches. Similarly, research conducted in Scandinavian countries indicates that gastronomic guides encourage the use of local ingredients. In this context, the arrival of Gault & Millau in Türkiye could trigger general effects and propel the Turkish food and beverage sector into a new era. It is expected to create new opportunities, particularly for local chefs, producers, and tourism destinations.

### *Conclusion*

The guide's primary impact is that objective evaluation criteria encourage restaurants to achieve higher quality standards (Özgür & Akbulut, 2023). In this context, it supports raising quality standards. The guide's philosophy of rewarding creative and innovative approaches encourages chefs to produce more original work (Çakmak & Özkan, 2021). This is seen as supporting innovation. Being included in a prestigious international guide increases the visibility of Turkish restaurants in the global arena (Erdem & Kaya, 2022). Consequently, it contributes to increasing international recognition. It contributes to better utilizing the potential of gastronomy tourism (Ateş & Boz, 2021). In this context, its contribution to the tourism sector is undeniable. Increasing quality expectations in the sector lead to new approaches in gastronomy education (Demir & Yılmaz, 2023). In this context, training and human resources development contribute significantly.

### *Suggestions*

The research recommendations are grouped into three distinct areas: sectoral, academic, and policy. First, sectoral training and development programs should be organized for restaurant owners and chefs to explain the Gault & Millau standards. Sustainability elements should be strengthened in the guide's evaluation criteria. The use of local products should be encouraged while preserving the unique flavors of Turkish cuisine. Second, comprehensive long-term studies should be conducted to evaluate the long-term impact of the academic guide. Comparative studies and analyses should be conducted with Gault & Millau experiences in other countries. Quantitative research should be conducted to measure the guide's economic impact. Finally, as a policy, government incentives should be provided to support high-quality restaurant businesses. Gastronomy guides should be integrated into tourism marketing strategies. It is recommended that national gastronomy quality standards be established and implemented.