

Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Business
Cilt/Vol:23(2),Yıl/ Year:2026 ss/pp:499-517
Gönderim Tarihi/ Received:10.03.2026
Kabul Tarihi /Accepted:07.05.2026
DOI: 10.24010/soid.1906683

Araştırma Makalesi/ Research Article

Michelin Yıldızlı Restoranlarda Gıda Alerjeni Farkındalığı: Türkiye Örneği

Food Allergen Awareness in Michelin-Starred Restaurants: A Study from Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Elif ASLAN 
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Turizm Fakültesi
Bolu, Türkiye
E-posta: elif.aslan@ibu.edu.tr

Öz

Bu çalışma, Türkiye'deki Michelin yıldızlı restoranların resmî web sitelerinde yayımlanan çevrim içi menülerde yer alan gıda alerjeni bilgilendirme uygulamalarını incelemeyi ve bu restoranların alerjen farkındalığı düzeylerini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada netnografik yöntem kullanılarak alerjen bilgilerinin varlığı, sunum biçimi ve tüketiciler açısından erişilebilirliği analiz edilmiştir. Bulgular, restoranlar arasında alerjen bilgilendirme uygulamalarında belirgin farklılıklar olduğunu göstermektedir. Çoğu restoranda alerjen bilgileri rezervasyon veya servis sırasında sözlü olarak iletilirken, menüler ve web sitelerinde sınırlı ve çoğunlukla genel uyarılar şeklinde bilgiler yer almaktadır. Bu durum, tüketici güvenliği açısından potansiyel risklere işaret etmekte ve alerjen bilgilerinin daha açık, erişilebilir ve standart biçimde sunulması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Michelin Yıldızlı Restoranlar, Gıda Alerjileri, Menü Etiketleme, Netnografi

Abstract

This study examines food allergen information practices presented on the online menus of Michelin-starred restaurants in Türkiye and evaluates their level of allergen awareness. Using a netnographic approach, the research analyzes the presence, format, and accessibility of allergen information on official restaurant websites. The findings reveal differences among restaurants in allergen communication practices. In many cases, allergen and special dietary information is communicated verbally during reservation or service, while online menus provide limited details, mostly in the form of general warnings. These results highlight potential consumer safety concerns and emphasize the need for clearer, more accessible, and standardized allergen information practices.

Keywords: Michelin-Starred Restaurants, Food Allergies, Menu Labeling, Netnography

Extended Summary

Introduction

Gastronomy today has evolved beyond merely fulfilling a basic nutritional need and has become an important component of cultural identity, creativity, and the experience economy. This transformation has led consumers to seek authentic, high-quality, and experience-oriented dining venues, while gastronomic experiences have emerged as a significant tourist attraction that influences the brand image and competitiveness of destinations. In this context, the use of local products, the preservation of traditional cooking techniques, creative presentation styles, service quality, and a holistic customer experience are among the key factors shaping restaurant preferences.

The Michelin Guide, recognized globally as one of the most prestigious evaluation authorities in the field of gastronomy, enhances the prestige of restaurants and increases the gastronomic visibility of destinations through its assessments based on criteria such as product quality, cooking technique, the chef's creativity, consistency of flavor, and overall dining experience. However, the experience of eating out may pose serious health risks for individuals with food allergies. Restaurants and food delivery services are among the most common environments where accidental exposure to allergens occurs, and deficiencies in information or miscommunication may increase food safety risks.

The growing public awareness of food allergies has also led consumers to behave more consciously and selectively regarding health and safety issues, thereby increasing the importance of allergen information in restaurant selection. Nevertheless, studies examining the presence of allergen information in the menus of Michelin-starred restaurants remain limited in the literature. Therefore, this study aims to examine allergen information practices on the official websites and menus of Michelin-starred restaurants in Türkiye and to evaluate the level of allergen awareness among these establishments.

Methodology

This study adopts a qualitative research approach, and the netnography method was employed in the data collection and analysis process. Netnography is a research method based on the systematic examination of online content and aims to understand behaviors, attitudes, and interactions within digital platforms. Considered an adaptation of ethnographic research to online environments, this method enables the analysis of content generated within digital communication settings. In this context, the official websites and online menus of Michelin-starred restaurants in Türkiye were examined, with particular attention given to the presence of food allergen information, the way this information is presented, and its accessibility for consumers.

The dataset of the study was obtained from menus published on the official websites of restaurants holding Michelin stars in Türkiye. During the examination process, several criteria were considered: whether allergen information was provided on the website, menu, or during the reservation process; whether allergens were clearly and explicitly indicated; the format in which allergen

information was presented (such as symbols, textual explanations, footnotes, or a separate information section); and whether guiding statements for consumers were included (e.g., "Please inform our staff if you have any allergies").

The collected data were analyzed using content analysis, and the allergen awareness levels of the restaurants were classified according to predetermined criteria. The findings were presented through tables and interpreted to identify general trends in allergen information practices. The population of the study consisted of all Michelin-starred restaurants listed by the Michelin Guide for Türkiye, while the sample included establishments whose official websites were accessible and whose menus were available online during the research period. To ensure ethical standards, the identities of the restaurants were anonymized and the establishments were randomly coded during the analysis process.

Results

This study aims to reveal current trends in allergen awareness and management in high-standard gastronomy establishments by examining food allergen information practices on the menus published on the official websites of 17 Michelin-starred restaurants in Türkiye as of 2025. The findings indicate that Michelin-starred restaurants are largely concentrated in major gastronomic centers such as Istanbul and İzmir, with two-star establishments primarily located in these cities. In contrast, the presence of one-star restaurants in different gastronomic destinations such as İzmir, Muğla, and Cappadocia demonstrates that high-quality gastronomic culture in Türkiye is developing at a regional level.

The results of the study show that although Michelin-starred restaurants maintain high standards in terms of gastronomic quality, allergen information practices are not sufficiently systematic or consistent. In particular, allergen information is limited on menus and digital platforms, and communication is often based on general warnings or verbal interaction relying on guest disclosure. This situation may pose a potential safety risk for consumers with food allergies and may negatively affect the integrity of the overall dining experience.

In this context, several recommendations can be proposed to strengthen allergen management practices. These include providing clear and standardized allergen symbols or detailed ingredient information on menus, ensuring consistency between reservation processes and service practices in terms of allergen communication, and supporting restaurant staff with regular training on allergen management and cross-contamination risks.

1. Giriş

Gastronominin giderek artan çekiciliği, yiyecek tutkunları arasında güçlü bir ilgi uyandırmakta ve bireyleri mutfak beklentilerini karşılayabilecek nitelikli, özgün ve deneyim odaklı yeme-içme arayışlarına yönlendirmektedir. Günümüzde gastronomi yalnızca temel bir ihtiyaç alanı olmaktan çıkmış; kültürel kimliğin, yaratıcılığın ve deneyim ekonomisinin önemli bir bileşeni hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, yeme-içme deneyimlerini turistik çekicilik unsuru olarak öne çıkarırken, destinasyonların marka imajı ve rekabet gücü üzerinde de belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda hem turistler hem de yerel tüketiciler, otantik, geleneksel ya da yenilikçi

gastronomik deneyimler sunan restoranları tercih etmektedir (Lin ve diğ., 2022; Sands, 2025). Özellikle yerel ürünlerin kullanımı, geleneksel pişirme tekniklerinin korunması ve yaratıcı sunum anlayışları, restoran seçiminde etkili faktörler arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, tüketiciler yalnızca lezzet odaklı bir deneyim değil; aynı zamanda hizmet kalitesi, atmosfer, hikâye anlatımı ve bütüncül müşteri deneyimi sunan mekânları da önceliklendirmektedir.

Gastronomi alanında küresel ölçekte en saygın değerlendirme otoritelerinden biri olarak kabul edilen Michelin Rehberi, üstün müşteri deneyimi sunma potansiyeline sahip restoranların belirlenmesinde güvenilir bir referans kaynağı olarak öne çıkmaktadır (Henderson, 2017; Sands, 2025; Subakti, 2013). Michelin yıldızı ve rehberde yer alma kriterleri; ürün kalitesi, pişirme tekniği, şefin yaratıcılığı, lezzetin sürekliliği ve genel deneyim gibi unsurları kapsamaktadır. Bu nedenle Michelin tarafından tanınan restoranlar hem tüketiciler nezdinde prestij kazanmakta hem de destinasyonların gastronomik görünürlüğünü ve turizm çekiciliğini artırmaktadır. Michelin Rehberi, küresel restoran endüstrisinde yüksek kalite standartlarını karşılayan yiyecek ve içecek işletmelerine verilen prestijli bir ödül niteliği taşımaktadır (Bang ve diğ., 2022; Chiang ve Guo, 2021). Mükemmelliğin güçlü bir göstergesi olarak kabul edilen Michelin yıldızı, restoranlara önemli bir itibar kazandırmakta; bu durum söz konusu işletmelerin görünürlüğünün artmasına ve gelirlerinde olumlu yönde değişim yaşanmasına katkı sağlamaktadır (Barrère ve diğ., 2014). Bu yönüyle Michelin Rehberi, dünya genelinde en saygın restoran değerlendirme kuruluşlarından biri olarak kabul edilmektedir (Çavuş ve Nazik, 2022).

Dışarıda yemek yeme deneyimi, bireylere yalnızca beslenme ve kolaylık sağlamanın ötesinde sosyal etkileşim, keyif ve rahatlama fırsatı sunmaktadır. Ancak bu deneyim, gıda alerjisi olan bireyler için ciddi sağlık riskleri de barındırmaktadır (Begen ve diğ., 2011; Pitchforth ve diğ., 2011). Restoranlar ve paket servis hizmetleri, gıda alerjenlerine kazara maruziyetin en sık yaşandığı ortamlardan biri olup, bu maruziyetler ciddi alerjik reaksiyonlara, hatta yaşamı tehdit eden sonuçlara yol açabilmektedir (Carter ve diğ., 2020). Bilgi eksiklikleri, yanlış iletişim veya standart uygulamaların yetersizliği hem tüketiciler hem de restoran çalışanları açısından hatalara neden olabilmekte ve bu durum gıda güvenliği risklerini artırmaktadır.

Restoran tercihleri, tüketicilerin bireysel beklenti ve ihtiyaçlarına bağlı olarak çok sayıda faktörden etkilenmektedir. Fiyat düzeyi, işletmenin lüks algısı, popülerliği, çevrim içi platformlarda yer alan müşteri yorumları ve tavsiyeler bu faktörler arasında öne çıkmaktadır (Kuday ve Yazıcı Ayyıldız, 2023). Bununla birlikte, gıda alerjenlerine yönelik toplumsal farkındalığın artması, tüketicilerin sağlık ve güvenlik konularında daha bilinçli ve seçici davranmalarına neden olmakta; bu durum restoran seçim sürecinde alerjen bilgisinin önemini giderek artırmaktadır.

Literatürde birçok çalışma, restoran çalışanlarının gıda alerjisi olan müşterilere hizmet sunmaya yönelik bilgi düzeylerini, tutumlarını ve uygulamalarını incelemiştir (Bailey ve diğ., 2011; Lee ve Sozen, 2018; Loerbroks ve diğ., 2019; Mandabach ve diğ., 2005; Sogut ve diğ., 2015; Wen ve Kwon, 2017). Ancak Michelin yıldızlı restoranlar bağlamında, menülerde gıda alerjenlerine yer verilme durumunu doğrudan ele alan araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de Michelin yıldızlı restoranların resmî web sitelerinde gıda alerjenlerine ilişkin bilgilere yer verip vermediklerini incelemek ve restoranların alerjen farkındalık düzeylerini değerlendirmektir. Araştırmada, menülerde, web sitelerinde ve rezervasyon aşamalarında alerjen bildirimlerinin bulunup bulunmadığı; bu bilgilerin hangi biçimde sunulduğu (semboller, yazılı açıklamalar, standart alerjen listeleri vb.) ve tüketici açısından erişilebilirliği analiz edilmektedir. Yüksek standartlı restoranlar için alerjen yönetimi kritik bir öneme sahiptir, çünkü gıda alerjisi olan bireylerin özel ihtiyaçları ve dışarıda yemek yeme davranışları göz önüne alındığında güvenlik ve deneyim bir arada değerlendirilmelidir. Michelin yıldızlı restoranlar, mutfak mükemmelliği ve prestij ile öne çıkarken, gıda güvenliği ve alerjen yönetimi konusunda sektöre örnek olma potansiyeline de sahiptir. Bu bağlamda, Michelin yıldızlı restoranların menülerinde alerjen bilgilerini nasıl sundukları hem tüketici güvenliği hem de sektörel farkındalık açısından önemlidir. Çalışma, Türkiye’deki Michelin yıldızlı restoranların resmî web sitelerindeki menüler üzerinden alerjen farkındalık düzeylerini analiz ederek, yüksek standartlı restoranların gıda alerjisi yönetimindeki yaklaşımlarına ışık tutmayı amaçlamaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu bölümünde, Michelin Yıldızı, Gıda Alerjileri ve Restoran İşletmelerinde Gıda Alerjileri konuları detaylandırılmıştır.

2.1. Michelin Yıldızı

Michelin Rehberi, 19. yüzyılın sonlarında, Fransız otomobil üreticileri André ve Édouard Michelin tarafından, seyahat ve dışarıda yemek yeme kültürünü teşvik etmek amacıyla geliştirilmiştir. Rehberin ilk basımı, 1900 yılında Fransa’da ücretsiz olarak yayımlanmış ve sürücülere yol haritaları, konaklama mekânları ve yeme-içme seçeneklerine ilişkin bilgiler sunmuştur (Blake ve Crewe, 1978; Horn, 1991). Zaman içerisinde uluslararası bir nitelik kazanan Michelin Rehberi, 1926 yılında restoranları yıldızlama sistemine dâhil etmiş ve 1931’de iki ve üç yıldız kategorilerini ekleyerek günümüzdeki üç yıldızlı değerlendirme yapısını oluşturmuştur. Günümüzde Michelin Rehberi, gastronomi alanında en prestijli ve saygın değerlendirme rehberlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Paul, 2013). Yıldızlama sistemi kapsamında; bir yıldız “iyi restoran”, iki yıldız “mükemmel restoran, gitmeye değer” ve üç yıldız “olağanüstü mutfak, özel bir ziyareti hak eden restoran” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, 1929’dan itibaren okuyucu geri bildirimleri de değerlendirme sürecine entegre edilerek objektif ve katılımcı bir değerlendirme yaklaşımı sağlanmaktadır (Özdoğan, 2014).

Gastronomi alanındaki başarı faktörleri üzerine yapılan araştırmalar, Michelin yıldızlı restoranların performansını etkileyen unsurları çok boyutlu bir çerçevede ele almakta ve bu unsurların yalnızca mutfak kalitesiyle sınırlı olmadığını ortaya koymaktadır. Söz konusu çalışmalar, restoran başarısının; mekânsal özellikler, hizmet anlayışı, ürün seçimi, sürdürülebilirlik yaklaşımı ve müşteriyle kurulan etkileşim gibi birbirini tamamlayan bileşenlerin bir araya gelmesiyle şekillendiğini göstermektedir. Bu bağlamda Çavuş ve Nazik (2022), İspanya’nın San Sebastian kentinde gerçekleştirdikleri çalışmada, Michelin yıldızlı restoranların başarısında bir dizi kritik faktörün belirleyici olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırma bulgularına göre, restoranların sakin ve doğayla iç içe bir

konumda yer alması, menülerin yıllık ve mevsimsel olarak sürekli biçimde güncellenmesi, geleneksel mutfak değerlerinin korunurken modern bir hizmet anlayışının benimsenmesi, yerel ve sürdürülebilir ürünlerin tercih edilmesi ile inovasyonun kurumsal bir uygulama hâline getirilmesi, yüksek müşteri memnuniyeti ve prestij üzerinde doğrudan etkili olmaktadır. Bu unsurlar, Michelin değerlendirme kriterleriyle de örtüşerek restoranların uzun vadeli başarısını desteklemektedir.

Michelin Yeşil Yıldız odaklı çalışmalar ise sürdürülebilirlik bağlamında müşteri deneyimi ve algılamalarını ön plana çıkarmaktadır. Demir (2025), Michelin Yeşil Yıldızlı restoranlarda müşteri deneyimi ve algılamalarını analiz ederek, değerlendirme kategorilerini yıldız sayısı, yemek ve içecek kalitesi, hizmet, atmosfer, genel deneyim, tüketim değeri, sürdürülebilir gastronomi deneyimi ve menü unsurları olarak belirlemiştir. Akay ve diğ., (2023) ise Michelin Yeşil Yıldız kriterlerinin zincir restoranlarda uygulanabilirliğini incelemiş; katılımcıların kriterler hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığını, ancak kriterlerin sürdürülebilirlik odaklı sektörel dönüşümü desteklediğini, farkındalık yarattığını ve paydaşları somut sürdürülebilirlik girişimlerine teşvik ettiğini göstermiştir. Bu sonuçlar, Michelin Yeşil Yıldız kriterlerinin yalnızca kaliteyi değil, aynı zamanda çevresel ve sosyal sorumluluk boyutlarını da değerlendirmede önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

2.2. Gıda Alerjileri

Gıda alerjisi, bağışıklık sisteminin belirli bir gıda proteinine karşı anormal ve aşırı bir immün yanıt geliştirmesi sonucunda ortaya çıkan, bireylerin sağlığını olumsuz etkileyen klinik bir durum olarak tanımlanmaktadır (Mayo Clinic, 2019). Bu bağlamda, gıda alerjenlerine çok küçük miktarlarda maruziyet dahi—ister deri teması ister soluma veya yutma yoluyla olsun—hafif belirtilerden, yaşamı tehdit edebilecek ciddi reaksiyonlara kadar uzanan geniş bir yelpazede alerjik yanıtları tetikleyebilmektedir (Gupta, Warren, Smith, Jiang, Blumenstock ve Davis, 2019). Bu reaksiyonların en şiddetli formu olan anafilaksi, kan basıncında ani düşüş, solunum güçlüğü ve çoklu organ sistemlerini etkileyen ciddi komplikasyonlarla karakterizedir; eğer acil ve etkili bir şekilde müdahale edilmezse koma veya ölümle sonuçlanabilmektedir (Mayo Clinic, 2019).

Amerika Birleşik Devletleri'nde gıda alerjilerine bağlı reaksiyonlar nedeniyle her yıl yaklaşık 150–200 ölüm vakası bildirilmektedir (NIAID, 2017). Literatürde 170'ten fazla gıdanın alerjik reaksiyonlara yol açabileceği belirtilmesine rağmen, "Büyük Sekiz" (Big Eight) olarak adlandırılan sekiz temel gıda alerjeni, ABD'de gözlenen gıda alerjisi vakalarının %90'ından fazlasından sorumlu tutulmaktadır. Bu başlıca alerjenler; süt, yumurta, balık, kabuklu deniz ürünleri, yer fıstığı, ağaç yemişleri, buğday ve soya fasulyesidir. Amerika Birleşik Devletleri Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) tarafından da bildirildiği üzere, bu sekiz alerjen dünya genelindeki gıda alerjisi vakalarının büyük çoğunluğu ile ilişkilendirilmektedir.

Alerjenlere bağlı reaksiyonların görülme sıklığı, farklı yaş gruplarında değişiklik göstermektedir. Örneğin, süt, yumurta ve yer fıstığı alerjileri çocuklarda daha yaygın iken; yer fıstığı, ağaç yemişleri ve deniz ürünleri alerjileri ergenler ve yetişkinlerde daha sık görülmektedir (FARE, 2019). Epidemiyolojik veriler, gıda alerjilerinin yetişkin nüfusun %10'undan fazlasını etkilediğini ortaya koymaktadır; bu oran, Amerika Birleşik Devletleri'nde yaklaşık 25 milyondan fazla bireye karşılık gelmektedir (Gupta, Warren, Smith, Jiang, Blumenstock ve Davis, 2019). Bununla

birlikte, gıda alerjilerinin görülme sıklığının son yıllarda giderek arttığı da rapor edilmektedir (NIAID, 2017). Özellikle pediatrik popülasyonda, 2008 yılından bu yana gıda alerjisi vakalarında %18'lik bir artış kaydedilmiş olup, bu durum alerjik hastalıkların çocuk sağlığı açısından ciddi bir halk sağlığı sorunu haline geldiğini göstermektedir (Branum ve Lukacs, 2009). ABD'de gıda alerjisi nedeniyle hastaneye yatış oranları da 2000–2009 yılları arasında 1000 çocukta 0,6'dan 1,3'e yükselmiş, yani yaklaşık iki katına çıkmıştır (Rudders ve diğ., 2014).

Gıda alerjilerinin günümüzde bilinen kesin bir tedavisi bulunmamaktadır. Bu nedenle, alerjik reaksiyonların önlenmesinde temel yaklaşım, tetikleyici alerjenlerle temasın tamamen engellenmesi, yutulmasının ve solunmasının önlenmesidir (Gupta ve ark., 2019; Sampson, Muñoz-Furlong ve Sicherer, 2006; Sicherer ve Sampson, 2006). Bu bağlamda, özellikle dışarıda yemek yeme davranışlarında doğru bilgilendirme ve etkili alerjen yönetimi, bireylerin sağlık ve güvenliğini korumada kritik bir öneme sahiptir. Gıda alerjilerinin potansiyel olarak hayatı tehdit eden sonuçları, restoran işletmelerinin ve gıda hizmeti sunan diğer kuruluşların alerjen yönetimi stratejilerini titizlikle planlamasını ve uygulamasını gerektirmektedir.

2.3. Restoran İşletmelerinde Gıda Alerjileri

Gıda alerjisinden etkilenen bireylerin sayısının küresel ölçekte artmaya devam etmesi, restoran işletmelerinin bu gruba güvenli ve alerjen içermeyen yiyecekler sunma görevini giderek daha karmaşık hâle getirmektedir (Gupta, ve diğ., 2018; Gupta ve diğ., 2019; NIAID, 2017). Önceki araştırmalar, restoranlarda servis edilen gıdaların, gıda alerjisi kaynaklı reaksiyonların önemli bir bölümünden sorumlu olduğunu ortaya koymaktadır (Eigenmann ve Zamora, 2005). Nitekim, kabuklu deniz ürünleri alerjisi olan bireylerin %41,5'i ve yer fıstığı veya ağaç yemişi alerjisi bulunan bireylerin %13,7'si, ticari restoranlarda yemek yedikten sonra alerjik reaksiyon yaşamaktadır (Sampson ve diğ., 2006; Sicherer ve Sampson, 2006).

Restoranlar ve paket servis hizmeti sunan işletmeler, gizli alerjenlerin varlığı, çapraz temas riski, çalışanların bilgi eksiklikleri ve müşteri–çalışan iletişimindeki aksaklıklar nedeniyle, gıda alerjisi reaksiyonlarının sık görüldüğü ortamlar olarak tanımlanmaktadır (Bailey ve diğ., 2011; Kwon ve Lee, 2012; Wen ve Kwon, 2017). Bu durum, gastronomi sektörünün yalnızca lezzet ve deneyim odaklı bir hizmet alanı olmadığını; aynı zamanda tüketici sağlığı ve güvenliği açısından da önemli bir toplumsal sorumluluk alanı olduğunu göstermektedir (Ayyıldız, 2025).

Gıda alerjisi olan bireyler, algıladıkları risk düzeyine bağlı olarak dışarıda yemek yeme davranışlarını bilinçli bir şekilde şekillendirmektedir. Bazı bireyler, potansiyel alerjen maruziyeti riskini minimize etmek amacıyla, dışarıda yemek yemekten tamamen kaçınmayı tercih etmektedir (Wanich ve diğ., 2008). Öte yandan, diğer bireyler, dışarıda yemek yeme deneyimini daha güvenli hâle getirebilmek için çeşitli önleyici stratejiler geliştirmektedir (Kwon ve Lee, 2012). Bu stratejiler arasında, daha önce deneyimledikleri ve güven duydukları restoranları tercih etmek, etnik restoranlar veya açık büfe gibi yüksek risk algısı oluşturabilecek işletmelerden uzak durmak ve menü içeriklerini önceden çevrim içi olarak incelemek bulunmaktadır (Kwon ve Lee, 2012; Leftwich ve diğ., 2011).

Ayrıca, gıda alerjisi olan bireyler, seyahat ve yemek planlaması sürecinde daha seçici davranmakta; yanlarında her zaman acil durum ilaçları ve güvenli atıştırmalıklar bulundurmakta ve restoranlardan yazılı alerjen bilgilerini talep etmektedir (Begen ve diğ., 2018). Gıda alerjisine sahip bireylerin sayısının artması ve bu bireylerin karşılaştığı potansiyel sağlık risklerinin yüksekliği, restoran sektörünün bu grubun ihtiyaçlarını, tutumlarını ve davranışlarını doğru bir şekilde anlamasını zorunlu kılmaktadır. Müşteri beklentilerinin titizlikle analiz edilmesi, restoranların yalnızca güvenli bir yemek deneyimi sunmasını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kapsayıcı ve sürdürülebilir bir hizmet sunma kapasitesini de artıracaktır (Kwon ve diğ., 2020).

Buna rağmen, literatürde restoran yöneticileri ve çalışanlarının sıklıkla alerjik reaksiyonların önlenmesi sorumluluğunu, özel beslenme gereksinimlerini kendileriyle paylaşan müşterilere yükledikleri görülmektedir (Lee ve Sozen, 2018; Soon, 2018; Wen ve Kwon, 2017). Oysa Birleşik Krallık'ta gerçekleştirilen araştırmalar, gıda alerjisine bağlı ölüm vakalarının %30'undan fazlasının restoranlarda veya restoranlardan temin edilen paket yemekler sonucunda meydana geldiğini ortaya koymaktadır (Pumphrey ve Gowland, 2007). Bu vakaların büyük bir bölümü, restoranlarda uygulanabilir önlemlerle kontrol edilebilecek gizli alerjenler, soslar ve çapraz temas gibi faktörlerden kaynaklanmaktadır (Sicherer ve Sampson, 2006).

Tatlı ve Akoğlu (2020) tarafından İstanbul'daki restoran çalışanlarının gıda alerjisine yönelik bilgi, tutum ve uygulamalarını inceleyen çalışmada, çalışanların bilgi ve tutum düzeylerinin "orta" seviyede olduğu, uygulama puanlarının ise "düşük riskli uygulama" seviyesinde bulunduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada, katılımcıların yalnızca %22,9'unun gıda alerjisi ile ilgili herhangi bir eğitim aldığı ve yalnızca %26,9'unun alerjisi olan bireylere uygun hizmet sunabilecek bilgi ve yetkinliğe sahip olduğu ortaya konmuştur. Literatür genel olarak, restoran çalışanlarının gıda alerjileri ve alerjen yönetimi konularında bilgi ve farkındalık eksiklikleri bulunduğunu göstermektedir (Abbot ve diğ., 2007; Bailey ve diğ., 2011; Lee ve Sozen, 2018; Soon, 2018; Wen ve Kwon, 2017). Bu durum, gıda hizmeti sunan personelin yalnızca "Büyük Sekiz" alerjeni bilmesiyle sınırlı kalmaması; daha geniş bir alerjen yelpazesi hakkında bilgilendirilmesi ve çapraz temasın önlenmesine yönelik düzenli eğitimlere tabi tutulması gerekliliğini ortaya koymaktadır (Choi ve Rajagopal, 2013).

3. Metodoloji

3.1. Araştırma Deseni ve Veri Toplama

Bu çalışma nitel araştırma yaklaşımını benimsemiş olup veri toplama ve analiz sürecinde netnografi yönteminden yararlanılmıştır. Netnografi, çevrim içi ortamlarda yer alan içeriklerin ve dijital verilerin sistematik biçimde incelenmesine dayanan bir araştırma yöntemidir (Mkono, 2012). Bu yöntem, çevrim içi ortamlarda bireylerin davranışlarını, tutumlarını ve sosyal etkileşimlerini anlamayı amaçlamaktadır. Nitekim Şahin ve Şahin (2023), netnografiyi etnografik araştırma yönteminin çevrim içi ortama uyarlanmış bir biçimi olarak tanımlamakta ve dijital platformlarda bulunan bireylerin davranışlarını, tutumlarını ve sosyal etkileşimlerini anlamaya yönelik bir yaklaşım olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde Bansal ve diğ. (2023) netnografiyi, nitel sosyal medya araştırmasının özel bir türü olarak

modern dijital iletişim ortamlarındaki sosyal etkileşimleri anlamak amacıyla etnografik tekniklerden yararlanan bir yöntem olarak ifade etmektedir.

Bu kapsamda araştırmada, Türkiye'deki Michelin yıldızlı restoranların resmî web siteleri ve çevrim içi menülerinde yer alan içerikler incelenmiş; özellikle gıda alerjenlerine ilişkin bilgilendirme uygulamalarının varlığı, sunum biçimi ve tüketiciler açısından erişilebilirliği netnografik analiz yoluyla değerlendirilmiştir. Bu çalışmanın veri seti, Türkiye'deki Michelin yıldızlı restoranların resmî web sitelerinde yayımlanan menülerden elde edilmiştir. İnceleme sürecinde aşağıdaki kriterler dikkate alınmıştır:

- Web sitesinde, menüde veya rezervasyon sürecinde alerjen bilgisinin sunulup sunulmadığı;
- Alerjenlerin açık ve net bir şekilde belirtilip belirtilmediği;
- Alerjen bilgisinin hangi formatta sunulduğu (örneğin semboller, metin, dipnotlar veya ayrı bir açıklama bölümü);
- Tüketicilere yönelik ek yönlendirici ifadelerin bulunup bulunmadığı (örneğin "Alerjiniz varsa lütfen personelimize bildiriniz").

3.2. Veri Analizi

Toplanan veriler içerik analiz yöntemiyle değerlendirilmiş ve restoranların alerjen farkındalık düzeyleri önceden belirlenen kriterlere göre sınıflandırılmıştır. Bulgular tablolarla desteklenmiş ve alerjen bilgilendirme uygulamalarındaki genel eğilimleri belirlemek amacıyla yorumlanmıştır.

3.3. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, Michelin Rehberi tarafından Türkiye için listelenen tüm Michelin yıldızlı restoranlar oluşturmaktadır. Örneklem ise araştırma süresi boyunca resmî web sitesine erişilebilen ve menüleri çevrim içi olarak görüntülenebilen işletmelerden seçilmiştir. Restoranların isimleri ve konumları kaydedilmiş olmakla birlikte, tüm analizler anonim olarak gerçekleştirilmiş ve gizlilik ile etik standartların korunması amacıyla restoranlar rastgele kodlanmıştır. Bu yaklaşım, işletmelerin itibarını zedelemekten alerjen bilgilendirme uygulamalarındaki genel eğilimlerin güvenilir ve tarafsız bir şekilde değerlendirilmesini sağlamıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

2025 yılı itibarıyla Türkiye'deki Michelin yıldızlı restoran sayısı 17'ye ulaşmıştır. Bunlardan iki restoran iki Michelin yıldızına sahipken, kalan on beş restoran birer Michelin yıldızı almıştır (Michelin, 2025). 2026 verilerine göre, Turk Fatih Tutak (İstanbul) ve Vino Locale (İzmir) iki Michelin yıldızına sahip işletmeler arasında yer almaktadır. Bir Michelin yıldızına sahip restoranlar ise ağırlıklı olarak İstanbul'da yoğunlaşmakla birlikte İzmir, Muğla ve Kapadokya gibi önemli gastronomi destinasyonlarına da yayılmış durumdadır (Tablo 1). Bu dağılım, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yüksek kaliteli, yenilikçi ve özgün bir gastronomi kültürünün gelişmekte olduğunu göstermektedir.

Tablo 1: Michelin Yıldızlı Restoranlar (2026 Seçkisi)

No	Restoran Adı	Şehir / Bölge	Michelin Yıldızı
1	Türk Fatih Tutak	İstanbul	★ ★
2	Vino Locale	İzmir	★ ★
3	Arkestra	İstanbul	★
4	Araka	İstanbul	★
5	Araf İstanbul	İstanbul	★
6	Neolokal	İstanbul	★
7	Casa Lavanda otel	İstanbul	★
8	Sankai by Nagaya	İstanbul	★
9	Mikla	İstanbul	★
10	Nicole	İstanbul	★
11	Narımor	İzmir	★
12	Teruar Urla	İzmir	★
13	OD Urla	İzmir	★
14	Kitchen by Osman Sezener	Muğla	★
15	Maçakızı	Muğla	★
16	Mezra Yalıkavak	Muğla	★
17	Revithia	Kapadokya	★

Tablo 2 de Michelin yıldızlı restoranların rezervasyon formları, menü içerikleri ve resmî web siteleri üzerinden alerjen gereksinimlerine ilişkin bilgilendirme uygulamaları sunulmuştur. Bulgular, restoranların alerjen bilgilendirmesine ilişkin yaklaşımlarının içerik ve kapsam bakımından farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2: Michelin Yıldızlı Restoranlarda Alerjen Bildirimi

No	Rezervasyon	Menü	Web Sitesi
1	Alerjen Bilgisi: Siz veya misafirleriniz arasında herhangi bir şeye alerjisi olan var mı? ☒ Evet ☐ Hayır Özel istekleriniz, Alerjen bilgisi (opsiyonel) * Herhangi bir alerjiniz varsa lütfen bize bildiriniz.	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
2	Bilgi bulunmamaktadır.	Alerjiniz var ise servis personeline önceden belirtiniz.	Laktoz free, gluten free, vegan menü bulunmamaktadır.
3	Gıda Alerjen veya İntolerans bilgisi: Sizin veya misafirlerinizin herhangi bir gıda alerjiniz veya intoleransınız var mı? Evet, Var Hayır, Yok	Restoranımızda hazırlanan yiyecekler süt, yumurta, buğday, yer fıstığı, kabuklu yemişler ve alkol içerebilir. Eğer bir gıda alerjiniz varsa, lütfen rezervasyon yaparken bizi bilgilendiriniz.	Bilgi bulunmamaktadır.

Tablo 2'nin Devamı

4	Alerjiler Hakkında Bilgilendirme; Menüümüzde günlük mikro mevsimsel değişiklikler nedeniyle yemeklerimizde soğan, sarımsak ve süt ürünleri (laktoz) kullanılmaktadır. Bu nedenle bu ürünleri yemeklerden çıkarmamız mümkün değildir. Vegetaryen, vegan ve glütensiz beslenme gereksinimlerine uygun menü sunamamaktayız.	Beslenme Düzenlemeleri Politikası; Günlük mikro mevsimsel değişiklikler nedeniyle vegan, vegetaryen diyetleri; laktoz intoleransı ve glüten alerjisini (Çölyak) maalesef karşılayamıyoruz. Ayrıca tadım menümüz deniz ürünleri ve balık ağırlıklıdır; bu ürünleri menüden çıkarmamız mümkün değildir. Diğer özel beslenme gereksinimlerine ilişkin taleplerin, rezervasyon sırasında ya da öncesinde Misafir İlişkileri ekibimize ... e-posta adresi veya WhatsApp üzerinden iletilmesi ve onay alınması gerekmektedir.	Bilgi bulunmamaktadır.
5	Bilgi bulunmamaktadır.	Vejetaryen, vegan, glütensiz veya süt ürünü içermeyen özel bir beslenme gereksiniminiz varsa, lütfen bizimle iletişime geçiniz. Lütfen alerjileriniz ve hassasiyetleriniz hakkında servis personelinizi bilgilendiriniz.	Servis süresince à la carte menü ve tadım menüsünü birlikte sunuyoruz. Ayrıca her servis için vegan, vejetaryen, glütensiz, süt ürünü içermeyen ve pesketaryen seçeneklerimiz mevcuttur.
6	Alerjilerim var, alerjilerinizi belirtiniz.	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
7	Herhangi bir alerjiniz veya rezervasyonunuz ile ilgili özel bir notunuz var mı?	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
8	Bilgi bulunmamaktadır.	Özel beslenme ihtiyaçları veya bazı yiyeceklere alerjisi olan misafirlerimizin yemeklerin içeriklerini öğrenmek için servis sorumlusuna danışmalarını rica ederiz.	Bilgi bulunmamaktadır.
9	Rezervasyon Alerjen Bilgisi: Siz veya misafirleriniz arasında herhangi bir şeye alerjisi olan var mı? ☐ Evet ☒ Hayır Herhangi bir alerjiniz varsa lütfen bize bildirin.	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
10	Alerjen Bilgisi: Siz veya misafirleriniz arasında herhangi bir şeye alerjisi olan var mı? ☒ Evet ☐ Hayır Özel istekleriniz, Alerjen bilgisi (opsiyonel) * Herhangi bir alerjiniz varsa lütfen bize bildirin.	Alerjiniz var ise lütfen servis personeline önceden belirtiniz.	Bilgi bulunmamaktadır.

Tablo 2'nin Devamı

11	Diyet Uyarlamaları: Tadım menümüz sabit ve mevsimlidir. Vegan seçenekler mevcut değildir. Diyet kısıtlamaları veya alerjiler en az 48 saat öncesinden bildirilmelidir. Maalesef son dakika değişiklikleri yapılamamaktadır.	Az pişmiş et, kümes hayvanları, yumurta veya deniz ürünleri tüketimi, gıda kaynaklı hastalık riski artırabilir. Özel diyet gereksinimleriniz için servis personelleri ile iletişimi geçiniz.	Bilgi bulunmamaktadır.
12	Alerjen Bilgisi: Siz veya misafirleriniz arasında herhangi bir şeye alerjisi olan var mı? ☒ Evet ☐ Hayır Herhangi bir alerjiniz varsa lütfen bize bildiriniz.	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
13	Gıda Alerjen veya İntolerans bilgisi: Sizin veya misafirlerinizin herhangi bir gıda alerjiniz veya intoleransınız var mı? Evet, Var Hayır, Yok	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
14	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.	Mevsimsel olarak kapalı.
15	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
16	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.
17	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.	Bilgi bulunmamaktadır.

Michelin yıldızlı restoranlarda alerjen bilgi uygulamaları incelendiğinde, bu bilgilerin sağlanmasının ağırlıklı olarak üç alan üzerinden yürütüldüğü görülmüştür bunlar: rezervasyon süreci, menü içerikleri ve resmî web sitesidir.

Rezervasyon Süreci

Çoğu restoran, rezervasyon sırasında misafirlerin alerji durumunu “Evet/Hayır” seçenekli sorularla sorgulamaktadır. Alerjisi veya özel diyet gereksinimi olan misafirlerden, ziyaret öncesinde servis personeline veya ilgili birimlere bilgi vermeleri talep edilmektedir. Bazı restoranlarda özel diyet taleplerinin en az 48 saat önceden iletilmesi gerekmekte olup, son dakika değişikliklerine genellikle izin verilmemektedir. Ayrıca misafirlere, özel not veya taleplerini iletmek için Misafir İlişkileri ekibi ile iletişime geçmeleri önerilmektedir.

Menü ve Servis Bilgileri

Menü içerikleri genellikle süt, yumurta, buğday, yer fıstığı, kabuklu yemişler ve alkol gibi yaygın alerjenleri içerecek şekilde hazırlanmıştır. Çoğu restoran, vegan, vejetaryen, glütensiz veya laktozsuz seçeneklerin mevcut olmadığını açıkça belirtmektedir. Tadım menüleri sabit ve mevsimsel olup içeriklerde değişiklik yapılamamaktadır. Bazı restoranlar ise sınırlı seçenek sunmak için à la carte menü ile tadım menüsünü birlikte sunmaktadır. Özel beslenme gereksinimi olan misafirlerin, taleplerini önceden bildirerek onay almaları gerekmektedir.

Web Sitesi Bilgilendirmesi

Resmî web siteleri üzerinden sunulan alerjen ve özel beslenme bilgileri genellikle yetersizdir; birçok kayıt “—” ile gösterilmiştir. Bazı restoranlar, menü içerikleri veya

özel beslenme gereksinimleri hakkında bilgi almak isteyen misafirlere servis sırasında personelle iletişim kurmalarını önermektedir. Mevsimsel olarak bazı menülerin veya bilgilendirmelerin web sitesinde bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Genel olarak, Michelin yıldızlı restoranlarda alerjen ve özel diyet bilgileri çoğunlukla rezervasyon veya servis sırasında sözlü iletişimle aktarılmaktadır. Menüler ve resmî web siteleri gibi yazılı ve dijital platformlarda alerjen bilgileri sınırlı düzeyde sunulmakta ve genellikle genel uyarılarla ifade edilmektedir. Bu sonuçlar, restoran menülerinde alerjen iletişiminin yetersiz kaldığını ortaya koyan önceki araştırmalarla uyumludur (Bailey ve ark., 2011; Lee ve Sozen, 2018; Wen ve Kwon, 2017). Literatürde, çevrim içi menü erişimi ve yazılı alerjen bilgilerinin restoran tercihi belirleyici rol oynadığı vurgulanmaktadır (Barnett ve diğ., 2012; Kwon ve Lee, 2012; Leftwich ve diğ., 2011). Dijital platformlarda alerjen bilgilerinin sınırlı olması, bazı tüketiciler açısından belirsizlik ve risk algısını artıran bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Alerjen yönetiminin büyük ölçüde misafir beyanına ve servis personeli ile bireysel iletişime dayanması, uygulamada tutarsızlıklara yol açabilmektedir. Bu durum, restoran çalışanlarının alerjen bilgisi ve uygulama düzeylerinin farklılık gösterebileceğini belirten önceki araştırmalarla uyumludur (Soon, 2018; Tatlı ve Akoğlu, 2020). Michelin yıldızının temsil ettiği yüksek kalite, tutarlılık ve üstün misafir deneyimi beklentisi göz önünde bulundurulduğunda, alerjen bilgilerin daha açık, erişilebilir ve standart hâle getirilmiş şekilde sunulması hem gıda güvenliği hem de misafir memnuniyeti açısından kritik önemdedir.

Özellikle gıda alerjisi bağlamında, restoran işletmeleri için müşteri güvenliği giderek daha kritik bir performans ölçütü hâline gelmektedir. Küresel ölçekte gıda alerjisinden etkilenen bireylerin sayısının artması ve bu bireylerin restoranlarda yüksek risk altında bulunması, işletmelerin alerjen yönetimi ve güvenli servis sunma sorumluluğunu artırmaktadır (Gupta ve diğ., 2018; Sampson ve diğ., 2006). Literatür, restoranlarda gizli alerjenler, çapraz temas riski ve çalışan bilgi eksikliklerinin, alerjik reaksiyonların sık görülmesine neden olduğunu göstermektedir (Bailey ve diğ., 2011; Wen ve Kwon, 2017; Tatlı ve Akoğlu, 2020). Restoran çalışanlarının alerjen bilgisi ve tutum düzeylerinin genellikle orta seviyede olduğu ve uygulama becerilerinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir; katılımcıların yalnızca sınırlı bir kısmı, alerjisi olan bireylere uygun hizmet sunabilecek bilgi ve yetkinliğe sahiptir (Tatlı ve Akoğlu, 2020). Bu bulgular, restoranların performans değerlendirmesinde çok boyutlu bir yaklaşım benimsemesini gerekli kılmaktadır. Restoranlar, müşteri deneyimini iyileştirmenin yanı sıra, dijital geri bildirimleri analiz ederek algılanan değerlerini artırmalı, sürdürülebilir uygulamaları benimsemeli, çalışan yönetimini optimize etmeli ve gıda alerjisi gibi sağlık risklerini önleyici stratejiler geliştirmelidir. Ayrıca, personelin kapsamlı alerjen bilgisine sahip olması ve çapraz temasın önlenmesine yönelik düzenli eğitimlerden geçmesi hem müşteri güvenliğini hem de işletmenin itibarını güçlendirecektir (Choi ve Rajagopal, 2013). Bu bütüncül yaklaşım, Michelin yıldızlı ve Michelin Yeşil Yıldızlı restoranlarda, gastronomik kalite, sürdürülebilirlik ve güvenli hizmetin bir arada sağlanmasını mümkün kılmaktadır.

5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma, 2025 yılı itibarıyla Türkiye’de Michelin yıldızına sahip restoranların alerjen bilgilendirme uygulamalarını inceleyerek, yüksek standartlı gastronomi

işletmelerinde gıda güvenliği iletişiminin mevcut durumuna ilişkin önemli bulgular ortaya koymaktadır. Bulgular, restoranların büyük ölçüde İstanbul ve İzmir gibi gastronomi merkezlerinde yoğunlaştığını, ancak bir Michelin yıldızına sahip işletmelerin İzmir, Muğla ve Kapadokya gibi destinasyonlara da yayılmasıyla gastronomik çeşitliliğin bölgesel ölçekte geliştiğini göstermektedir (Michelin, 2025). Bu durum, gastronomi turizminin mekânsal olarak genişlediğini ortaya koyarken, hizmet standartlarının farklı coğrafyalarda da tutarlılık göstermesi gerekliliğini gündeme getirmektedir.

Araştırma bulguları, Michelin yıldızlı restoranlarda alerjen bilgilendirme uygulamalarının büyük ölçüde sözlü iletişime dayandığını ve yazılı ile dijital bilgilendirme araçlarının sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır. Bu bulgu, restoranlarda alerjen bilgisinin çoğunlukla personel aracılığıyla aktarıldığını ve bu durumun uygulamada tutarsızlıklara yol açabileceğini belirten önceki çalışmalarla örtüşmektedir (Bailey ve diğ., 2011; Wen ve Kwon, 2017). Özellikle menüler ve dijital platformlar üzerinden sunulan bilgilerin eksikliği, tüketicilerin risk algısını artırmakta ve karar verme süreçlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Barnett ve diğ., 2012; Kwon ve Lee, 2012).

Gıda hizmeti sunumunda çapraz bulaşma riski, çalışanların yetersiz eğitimi ve alerjen bilgilerinin eksikliği, alerjik bireyler için ciddi sağlık tehditleri oluşturmaktadır (Lee ve Barker, 2016). Bu bağlamda, yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda etkili bir alerjen yönetim sisteminin oluşturulması gerekmektedir. Literatür, işletmelerin alerjenleri sistematik olarak tanımlaması, risk analizi yapması, çapraz bulaşmayı önleyici prosedürler geliştirmesi ve çalışanlarını bu konuda düzenli olarak eğitmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Adabalı ve Tarhan, 2025). Bununla birlikte, hijyen uygulamalarının etkin biçimde yürütülmesi, standart operasyonel prosedürlerin oluşturulması ve yönetsel denetimlerin sağlanması da güvenli hizmet sunumunun temel bileşenleri arasında yer almaktadır (Choi ve Rajagopal, 2013).

Türkiye’de yürürlükte olan Türk Gıda Kodeksi Gıda Etiketleme ve Tüketicilerin Bilgilendirilmesi Yönetmeliği, alerjen içeren gıdaların açık şekilde belirtilmesini zorunlu kılmaktadır (Çakır ve Dülger Altınar, 2024). Ancak bu çalışmanın bulguları, Michelin yıldızlı restoranlar gibi yüksek standartlı işletmelerde dahi bu bilgilendirmenin dijital ve yazılı ortamlarda sınırlı kaldığını göstermektedir. Bu durum, mevzuat ile uygulama arasındaki boşluğa işaret etmektedir.

Gıda alerjisi olan bireyler açısından restoran seçimi, yüksek düzeyde planlama ve güvenilir bilgiye erişim gerektiren bir süreçtir (Borchgrevink ve diğ., 2009). Menü tasarımının tüketici tercihleri üzerindeki belirleyici rolü göz önünde bulundurulduğunda (Özdemir ve Çalışkan, 2014), alerjen bilgilerinin menülerde açık, sistematik ve erişilebilir biçimde sunulması, yalnızca bir bilgilendirme unsuru değil, aynı zamanda tüketici davranışını yönlendiren stratejik bir araç olarak değerlendirilmelidir.

Son olarak, alerjen yönetiminin büyük ölçüde misafir beyanına dayanması, restoranlarda reaktif bir yaklaşımın benimsendiğini göstermektedir. Oysa uluslararası literatür, proaktif ve standartlaştırılmış alerjen yönetimi uygulamalarının hem müşteri güvenliğini artırdığını hem de hizmet kalitesini güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Choi ve Rajagopal, 2013). Michelin yıldızının temsil ettiği yüksek

kalite ve tutarlılık beklentisi dikkate alındığında, alerjen iletişiminin de aynı düzeyde sistematik, şeffaf ve erişilebilir hale getirilmesi gerekmektedir.

Bu çalışma, Türkiye’de Michelin yıldızlı restoranların alerjen bilgilendirme uygulamalarının sınırlı, parçalı ve büyük ölçüde sözlü iletişime dayalı olduğunu ortaya koymaktadır. Menü ve dijital platformlar üzerinden sunulan alerjen bilgilerinin yetersizliği, özellikle gıda alerjisi bulunan bireyler için önemli bir belirsizlik ve risk unsuru oluşturmaktadır. Elde edilen bulgular, yüksek gastronomik kalite ile tanımlanan bu restoranlarda, alerjen yönetimi ve iletişiminin aynı düzeyde sistematik ve standart bir yapıya sahip olmadığını göstermektedir. Bu durum, Michelin yıldızının temsil ettiği bütüncül kalite anlayışı ile tam olarak örtüşmemektedir. Sonuç olarak, alerjen bilgilendirme uygulamalarının daha şeffaf, erişilebilir ve standartlaştırılmış hale getirilmesi, yalnızca yasal bir gereklilik değil, aynı zamanda müşteri güvenliği ve deneyim kalitesinin sürdürülebilirliği açısından kritik bir zorunluluk olarak öne çıkmaktadır.

Restoran Yöneticilerine Öneriler

Bu araştırma bulguları doğrultusunda, Michelin yıldızlı restoran yöneticilerinin alerjen yönetimi ve bilgilendirme süreçlerini daha sistematik ve güvenli hale getirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda, menü içeriklerinde alerjen bilgilerinin uluslararası semboller ve detaylı açıklamalarla açık, anlaşılır ve standartlaştırılmış biçimde sunulması büyük önem taşımaktadır. Bununla birlikte, resmî web siteleri ve dijital menüler aracılığıyla erişilebilir, güncel ve kapsamlı alerjen bilgilerinin paylaşılması, tüketici güveninin artırılmasına katkı sağlayacaktır. Alerjen bilgisinin yalnızca belirli temas noktalarında değil, rezervasyon, mutfak ve servis süreçlerinin tamamında tutarlı bir şekilde yönetilebilmesi için entegre iletişim sistemlerinin oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca, çalışanların alerjen yönetimi ve çapraz bulaşma riskleri konusunda düzenli ve uygulamalı eğitimlerle desteklenmesi, güvenli hizmet sunumunun temel unsurlarından biridir. Son olarak, misafir beyanına dayalı reaktif yaklaşımlar yerine, önleyici ve sistematik alerjen yönetimi uygulamalarının benimsenmesi hem müşteri sağlığının korunması hem de işletmenin hizmet kalitesinin sürdürülebilirliği açısından kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır.

Gelecekte Yapılabilecek Araştırmalara Öneriler

Bu çalışmanın sonuçları, Türkiye’de Michelin yıldızlı restoranlarda alerjen bilgilendirme uygulamalarına ilişkin önemli çıkarımlar sunmakla birlikte, gelecekte yapılacak araştırmalar için çeşitli açılımlar da ortaya koymaktadır. Bu kapsamda, farklı restoran segmentlerini kapsayan karşılaştırmalı çalışmaların yürütülmesi, tüketicilerin alerjen bilgisine yönelik algı ve davranışlarının nicel yöntemlerle incelenmesi ve özellikle gıda alerjisi bulunan bireylerin karar verme süreçlerine odaklanılması önerilmektedir. Ayrıca, restoran çalışanlarının alerjen yönetimine ilişkin bilgi düzeyleri ve uygulamadaki rollerinin değerlendirilmesi, hizmet sunumundaki insan faktörünün etkisini ortaya koyacaktır. Dijitalleşme bağlamında, çevrim içi menüler, mobil uygulamalar ve rezervasyon sistemleri üzerinden sunulan alerjen bilgilerinin etkinliğini analiz edilmesi de önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır. Son olarak, farklı ülkelerdeki Michelin yıldızlı restoranların uygulamalarını karşılaştıran çalışmaların gerçekleştirilmesi, Türkiye’deki mevcut

durumun uluslararası standartlar çerçevesinde değerlendirilmesine ve iyi uygulama örneklerinin belirlenmesine katkı sağlayacaktır.

6. Kaynakça

- Abbot, J. M., Byrd-Bredbenner, C. ve Grasso, D. (2007). Know before you serve: Developing a food-allergy fact sheet. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(3), 274–283. <https://doi.org/10.1177/0010880407300621>.
- Adabalı, M. M. ve Tarhan, A. (2025). Alerjen gıdaların gastronomi ve sağlık açısından incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13(3), 3367–3384. <https://doi.org/10.21325/jotags.2025.1716>.
- Akay, E., Yılmaz, İ. ve Çiçek, A. (2023). Michelin yeşil yıldız kriterlerinin zincir işletmeler tarafından uygulanabilirliğinin değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(9), 1182–1197. <https://doi.org/10.26768/sbeid.2023.6.9.1182>.
- Ayyıldız, A. (2025). Gıda alerjisi ve gıda intoleransı'nın gastronomik öneri boyutlarıyla incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13(2), 2162–2180. <https://doi.org/10.21325/jtgs.2025.2162>.
- Bailey, S., Albardiaz, R., Frew, A. J. ve Smith, H. (2011). Restaurant staff's knowledge of anaphylaxis and dietary care of people with allergies. *Clinical and Experimental Allergy*, 41(5), 713–717. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2222.2010.03654.x>.
- Bang, D., Choi, K. ve Kim, A. J. (2022). Does Michelin effect exist? An empirical study on the effects of Michelin stars. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(6), 2298–2319. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2021-1025>.
- Bansal, R., Martinho, C., Pruthi, N. ve Aggarwal, D. (2024). From Virtual Observations to Business Insights: A Bibliometric Review of Netnography in Business Research, *Heliyon*, 10(1). e22853.
- Barnett, J., Cox, D. ve Foster, E. (2012). Consumer attitudes toward food allergy information and menu labeling. *Appetite*, 58(3), 964–972. <https://doi.org/10.18034/abr.v15i2.756>.
- Barnett, J., Muncer, K., Leftwich, J., Shepherd, R., Raats, M. M., Gowland, M. H. ve Lucas, J. S. (2011). Using 'may contain' labelling to inform food choice: A qualitative study of nut allergic consumers. *BMC Public Health*, 11, 1–9. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-404>.
- Barrère, C., Quentin, B. ve Chossat, V. (2014). Are we at a turning point in the evolution of gastronomy? Paris: An exemplary case. *Applied Economics*, 46(12), 1409–1419. <https://doi.org/10.1080/00036846.2013.875110>.
- Begen, F. M., Barnett, J., Payne, R., Roy, D., Gowland, M. H. ve Lucas, J. S. (2016). Consumer preferences for written and oral information about allergens when eating out. *PLoS ONE*, 11(5), e0156073. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0156073>.
- Blake, A. ve Crewe, Q. (1978). *Great chefs of France (2th ed)*. London: Mitchell Beazley Artists House.
- Borchgrevink, C. P., Elsworth, J. D., Taylor, S. E. ve Christensen, K. L. (2009). Food intolerances, food allergies and restaurants. *Journal of Culinary Science ve Technology*, 7(4), 259–284.
- Branum, A. M. ve Lukacs, S. L. (2009). Food allergy among children in the United States. *Pediatrics*, 124(6), 1549–1555. <https://doi.org/10.1542/peds.2009-1059>.

- Carter, C. A. Pistiner, M., Wang, J., ve Sharma, H. P. (2020). Food allergy in restaurants: Work group report. *The Journal of Allergy and Clinical Immunology: In Practice*, 8(1), 70–74. <https://doi.org/10.1016/j.jaip.2019.09.012>.
- Chiang, C. F. ve Guo, H. W. (2021). Consumer perceptions of the Michelin guide and attitudes toward Michelin-starred restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102793. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102793>.
- Choi, J. H. ve Rajagopal, L. (2013). Food allergy knowledge, attitudes, practices, and training of foodservice workers in a university dining service operation in the Midwestern United States. *Food Control*, 31(2), 474–481. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2012.10.023>.
- Çakır, M. ve Dülger Altınır, D. (2024, November 17). Gıda alerjisine yol açan gıdaların gastronomi bağlamında incelenmesi. *5th Bilisel International Sumela Scientific Researches Congress* (ss. 432–442), Trabzon, Türkiye.
- Çavuş, O. ve Nazik, M. H. (2022). Michelin yıldızlı restoranlarda başarı faktörleri ve standartların tespit edilmesi: İspanya San Sebastian örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 137–161. <https://doi.org/10.32572/guntad.993924>.
- Çetiner, M. ve Bilek Ersus, S. (2018). Bitkisel protein kaynakları. *Çukurova Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 33(2), 111–126.
- Demir, Y. (2025). Michelin yeşil yıldızı'na sahip restoranlarla ilgili müşteri deneyim ve algılamalarının analizi: Google Haritalar örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 38, 118–135. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1496079>.
- Eigenmann, P. A. ve Zamora, S. A. (2005). An internet-based survey on the circumstances of food-induced reactions following the diagnosis of IgE-mediated food allergy. *Allergy*, 57(5), 449–453. <https://doi.org/10.1111/j.1398-9995.2005.00795.x>.
- Food Allergy Research ve Education. (2019). Food allergy facts and statistics for the U.S. Retrieved from <https://www.foodallergy.org/media/1352>. (12.12.2025).
- Guide Michelin. (2026). *Michelin rehberi Türkiye 2026 restoran seçkisini açıklıyor ve ülkenin gastronomi haritasında önemli bir genişlemeye imza atıyor*. <https://guide.michelin.com/tr/tr/article/michelin-guide-ceremony/michelin-rehberi-turkiye-2026-restoran-seckisini-acikliyor-ve-ulkenin-gastronomi-haritasinda-onemli-bir-genislemeye-imza-atiyor>. (30.12.2025).
- Gupta, R. S., Warren, C. M., Smith, B. M., Blumenstock, J. A., Jiang, J., Davis, M. M. et al. (2018). The public health impacts of parent-reported childhood food allergies in the United States. *Pediatrics*, 142(6), e20181235. <https://doi.org/10.1542/peds.2018-1235>.
- Gupta, R. S., Warren, C. M., Smith, B. M., Jiang, J., Blumenstock, J. A., Davis, M. M., et al. (2019). Prevalence and severity of food allergies among US adults. *JAMA Network Open*, 2(1), e185630. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2018.5630>.
- Henderson, J. C. (2017). Street food, hawkers and Michelin Guide in Singapore. *British Food Journal*, 119(4), 790–802. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2016-0477>.
- Horn, P. L. (1991). Handbook of French popular culture (1th ed). USA: Greenwood Publishing Group.
- Kuday, M. ve Yazıcı Ayyıldız, A. (2023). İstanbul'da bulunan Michelin yıldızlı restoranların Tripadvisor yorumlarının değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 5(1), 54–67.

- Kwon, J. ve Lee, Y. M. (2012). Exploration of past experiences, attitudes and preventive behaviors of consumers with food allergies about dining out: A focus group study. *Food Protection Trends*, 32(12), 826–835.
- Kwon, J., Lee, Y. M. ve Wen, H. (2020). Knowledge, attitudes, and behaviors about dining out with food allergies: A cross-sectional survey of restaurant customers in the United States. *Food Control*, 107, 106776. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.106776>.
- Lee, Y. M. ve Sozen, E. (2018). Who knows more about food allergies – restaurant managerial staff or employees? *British Food Journal*, 120(4), 876–890. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2017-0642>.
- Lee, Y. M. ve Xu, H. (2015). Food allergy knowledge, attitudes, and preparedness among restaurant managerial staff. *Journal of Foodservice Business Research*, 18(5), 454–469. <https://doi.org/10.1080/15378020.2015.1056208>.
- Leftwich, J., Barnett, J., Muncer, K., Shepherd, R., Raats, M. M., Gowland, M. H. et al. (2011). The challenges for nut-allergic consumers of eating out. *Clinical and Experimental Allergy*, 41(2), 243–249. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2222.2010.03653.x>.
- Lin, M.-P., Marine-Roig, E. ve Llonch-Molina, N. (2022). Gastronomy tourism and well-being: Evidence from Taiwan and Catalonia Michelin-starred restaurants. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(5), 2778. <https://doi.org/10.3390/ijerph19052778>.
- Loerbroks, A., Tolsdorf, S. J., Wagenmann, M. ve Smith, H. (2019). Food allergy knowledge, attitudes and their determinants among restaurant staff: A cross-sectional study. *PLoS ONE*, 14(4), e0214625. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214625>.
- Mandabach, K. H., Ellsworth, A., Vanleeuwen, D. M., Blanch, G. ve Waters, H. L. (2005). Restaurant managers' knowledge of food allergies: A comparison of differences by chain or independent affiliation, type of service and size. *Journal of Culinary Science ve Technology*, 4(2–3), 63–77. https://doi.org/10.1300/J385v04n02_05.
- Mayo Clinic. (2019). Food allergy. Retrieved from <https://www.mayoclinic.org/diseases-conditions/food-allergy/symptoms-causes/syc-20355095>. (25.12.2025).
- Mkono, M. (2012). Netnographic Tourist Research: The Internet As A Virtual Fieldwork Site. *Tourism Analysis*, 17, 553–555.
- National Institute of Allergy and Infectious Diseases. (2017). Food allergy. Retrieved from <https://www.niaid.nih.gov/diseases-conditions/food-allergy>. (10.11.2025).
- Özdemir, B. ve Çalışkan, O. (2014). A review of literature on restaurant menus: Specifying the managerial issues. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 2, 3–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2013.12.001>.
- Özdoğan, O. N. (2014). Yiyecek içecek endüstrisinde trendler (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Paul, J. (2013). Michelin Guide – from past to present. *Modern Gentleman Magazine*. <https://www.moderngentlemanmagazine.com/michelin-guide-from-past-to-present/> adresinden 28.11.2025 tarihinde alınmıştır.
- Pitchforth, E., Weaver, S., Willars, J., Wawrzakowicz, E., Luyt, D. ve Dixon-Woods, M. (2011). A qualitative study of families of a child with a nut allergy. *Chronic Illness*, 7(4), 255–266. <https://doi.org/10.1177/1742395311415462>.

- Pumphrey, R. ve Gowland, M. H. (2007). *Further fatal allergic reactions to food in the United Kingdom, 1999–2006. Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 119(4), 1018–1019. <https://doi.org/10.1016/j.jaci.2007.01.021>.
- Rudders, S. A., Arias, S. A. ve Camargo, C. A., Jr. (2014). Trends in hospitalizations for food-induced anaphylaxis in US children, 2000–2009. *The Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 134(4), 960–962. <https://doi.org/10.1016/j.jaci.2014.05.019>.
- Sampson, M. A., Muñoz-Furlong, A. ve Sicherer, S. H. (2006). Risk-taking and coping strategies of adolescent and young adults with food allergy. *The Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 117(6), 1440–1445. <https://doi.org/10.1016/j.jaci.2006.01.040>.
- Sands, D. B. (2025). Double-edged stars: Michelin stars, reactivity, and restaurant exits in New York City. *Strategic Management Journal*, 46(1), 148–176. <https://doi.org/10.1002/smj.3651176>.
- Sicherer, S. H. ve Sampson, H. A. (2006). Food allergy. *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 117(2), S470–S475. <https://doi.org/10.1016/j.jaci.2005.10.043>.
- Sogut, A., Kavut, A. B., Kartal, İ., Beyhun, E. N., Çayır, A., Mutlu, M. ve Özkan, B. (2015). Food allergy knowledge and attitude of restaurant personnel in Turkey. *International Forum of Allergy ve Rhinology*, 5(2), 157–161. <https://doi.org/10.1002/alr.21477>.
- Soon, J. M. (2018). 'No nuts please': Food allergen management in takeaways. *Food Control*, 91, 349–356. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2018.03.010>.
- Subakti, A. G. (2013). Overview Michelin star reputation restaurant in hospitality industry. *Binus Business Review*, 4(1), 290–299. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i1.1213>.
- Şahin, G. ve Şahin, D. (2023). Sivas ve Afyonkarahisar illeri için Netnografik Bir Araştırma: Tüketici Deneyimlerinin İncelenmesi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 42–60.
- Tatlı, M. ve Akoğlu, A. (2020). İstanbul'daki restoran çalışanlarının gıda alerjisi bilgi, tutum ve uygulamaları. *Akademik Gıda*, 18(2), 125–134. <https://doi.org/10.24323/akademik-gida.758812>
- Wanich, N., Weiss, C., Furlong, T. J. ve Sicherer, S. H. (2008). Food allergic consumer (FAC) experience in restaurants and food establishments. *The Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 121(2), S182. <https://doi.org/10.1016/j.jaci.2007.10.034>.
- Wen, H. ve Kwon, J. (2017). Restaurant servers' risk perceptions and risk communication-related behaviors when serving customers with food allergies in the US. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 11–20. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.002>.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (10. Baskı). *Ankara, Seçkin Yayınları*.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemler ve dergi editörü takdir edilmektedir.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Tek yazarlı bir çalışmadır. 1. yazar çalışmaya %100 oranında katkı sağlamıştır.
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşan destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Bu araştırma etik kurul kararı gerektirmeyen araştırmalar arasında yer almaktadır. Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.
Çıkar Çatışması: Tek yazarlı bir çalışma olduğu için yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	