

Meryem Doğan¹**SUUDİ ARABİSTAN RESMİ OLARAK MICHELİN BÖLGESİNE DAHİL OLDU**

DEĞERLENDİRME NOTU

Geçtiğimiz hafta Michelin Rehberi, Suudi Arabistan'ın resmi olarak Michelin bölgesine dahil olduğunu duyurdu.² Her yıl dünyanın dört bir yanından hac ve umre ziyaretçilerini ağırlayan Arabistan Yarımadası, aslında gastronomi turizmi açısından tamamen yabancı bir coğrafya değil. Ancak bu gelişme, ülkenin son dönemde attığı kültürel ve turistik açılım adımları arasında öne çıkıyor.

Neler olup bittiğine bakarken Suudi Arabistan'ın Mutfak Sanatları adlı bir komisyonu olduğunu ve bu yapının Kültür Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösterdiğini öğrendim. Bu durum, konunun ulusal düzeyde ciddiye alındığını gösterdiği gibi; aynı zamanda bölgede turizm sektörü ve yeme-içme hizmetleri altyapısının da yeni bir evresine işaret ediyor olabilir.

Michelin Rehberi ve bölgedeki diğer oyuncular

Haziran 2022'de Birleşik Arap Emirlikleri (Dubai) ile başlayan Michelin'in Ortadoğu çıkarması, aynı yıl ekim ayında Türkiye (İstanbul) ile devam etti. Geçtiğimiz yıl aralık ayında Katar (Doha) da Michelin bölgesine dahil oldu. Son olarak Suudi Arabistan da bu bölgeye girmeyi başardı. En son Mayıs 2025'te açıklanan Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) seçkisi ile bölgenin ilk 3 Michelin'li restoranları (FZN by Björn Frantzén ve Tresind Studio) açıklandı.

Yaklaşık üç yıl önce FIFA Dünya Kupası yemek operasyonu için iki ayımı geçirdiğim Katar'da bölgeyi yakından tanıma fırsatım olmuştu. O dönem, Katar'ın FIFA ile birlikte etkileyici bir şehir planlamasına başladığını ve ülke imajını uluslararası

¹ Bu çalışmada ifade edilen bulgular, yorumlar, sonuçlar, öneriler ve görüşler tamamen yazar(lar)ına aittir. TEPAV'ın resmi görüşü değildir. © TEPAV, aksi belirtilmedikçe her hakkı saklıdır.

² <https://guide.michelin.com/en/article/travel/3-reasons-why-you-should-visit-saudi-arabia>

düzeyde yeniden konumlandırmaya yönelik pek çok yapısal adımı hızla hayata geçirdiğini gözlemlemiştim.

Aslında bu dönüşüm, Dubai'nin öncülük ettiği programlı ve stratejik bir hamle olarak değerlendirilebilir. Peki, Dubai'de neler oldu da Katar ve Suudi Arabistan da benzer bir yola girmek istedi?

Başta turizm olmak üzere; kültür, sanat, hizmet sektörü, şehir planlaması ve finans gibi pek çok alanda büyük bir dönüşüm süreci başlatıldı. Bu ülkeler, uluslararası imajlarını dönüştürüp güçlendirdikleri bu alanlar üzerine yeni bir yapı inşa etmeyi başardı ve bölgeyi turistler için daha cazip hale getirdi.

Özellikle Dubai, 21. yüzyıl trendlerini takip etmeyi başardı ve hatta onlara yön verdi. Önemli sanat eserlerine ev sahipliği yaptı. Avrupa'daki birçok Michelin yıldızlı şefi kendi restoranlarını açmaları için ülkesine davet etti. Ardından Dubai'de ilk Michelin yıldızları verilmeye başlandı ve bugün, dünyanın önde gelen lezzet duraklarından olma yolunda önemli bir adım atmış oldu.

Dubai ile başlayan, Katar ile devam eden Michelin Rehberi açılımına Suudi Arabistan'ın da katılması, bölgedeki ekonomik ve kültürel dönüşümün kalıcı olduğuna işaret ediyor.

Suudi Arabistan'ın bu atağı, son birkaç yıldır hız kesmeden devam ediyor. Bana kalırsa önümüzdeki birkaç yılda da bu arayışı hızla kapatacak ve Dubai'ye yetişebilecek bir potansiyele sahip. Peki, tam olarak neyi yakalamaya çalışıyor? Ben buna kısaca "Las Vegas Atağı" diyorum.

Las Vegas Atağı: Bir Şehir Planlama ve Marka İnşası Modeli

Bugün Dubai'de başta iki adet 3 Michelin yıldızlı restoran olmak üzere pek çok lüks otel ve dünya devi markalara ev sahipliği yapan Palm Jumeirah'ın inşasına 2001 yılında başlandı. Amerikalı mimar Adrian Smith tarafından tasarlanan ve hala dünyanın en uzun yapısı unvanını koruyan Burj Khalifa projesi ise 2004 yılında başladı. Bu devasa iki yapı, 113 milyar varillik (2022 yılı verilerine göre) petrol rezervinin sunduğu imkanlarla gerçekleştirilen en başarılı sürdürülebilir yatırımlardan biri ve stratejik proje tasarımları olarak öne çıktı. Bu model; şehir planlaması, turizm, yaşam tarzı ve yeme-içme deneyimlerinin bir arada kurgulandığı bütüncül bir yaklaşıma dönüştü. Birleşik Arap Emirlikleri'nin küresel imajı da bu yapılar üzerinden yeniden inşa edildi.

Bugün Birleşik Arap Emirlikleri, 1.198 otel ve 203.000 otel odasına sahip. Ülkede ayrıca 2 adet üç yıldızlı, 4 adet iki yıldızlı ve 18 adet bir yıldızlı Michelin restoranı bulunuyor. BAE, bu güçlü turizm altyapısıyla 2022 yılında yaklaşık 45 milyar dolar turizm geliri elde etti.³

Eşsiz ve kendine özgü bir ürüne sahip olmadan yapılan hiçbir yatırım sürdürülebilir olamaz. Las Vegas Atağı'nın temelinde de güçlü bir şehir planlaması yer alıyor. Bu planlama üzerinde gelişen konaklama sektörüyle birlikte hedef; politik gerginliklerden uzak, güvenlik endişesi taşımayan, turistik hizmetlerin rahatça sunulabildiği ve erişilebilir olduğu bir alan inşa etmektir.

Fakat tüm bunların dışında Las Vegas Atağı için öncelikli temel ihtiyaç petrol. Bugün Suudi Arabistan, Katar, Ürdün, Umman, Kuveyt gibi ülkeler bu stratejik modele var gücüyle yatırım yapmaya devam ediyorlar.

³ <https://www.moec.gov.ae/en/tourism-indicators>

Las Vegas Atağı'nın bir diğer önemli boyutu da yatırımcılar için cazibe merkezi haline gelmek; tabiri caizse, paranın parayı çekmesini sağlamak. Sermayenin birikme eğilimi ve politik istikrar bu sürecin temel dinamikleri arasında yer alıyor. Suudi Arabistan, Katar ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin ortak noktalarından biri olan monarşik yönetim biçimi, bu politik istikrarın sağlanmasında etkili olabilir.

Peki, Suudi Arabistan, Las Vegas Atağı için geç mi kaldı?

Elbette bu noktada akla ilk olarak ülkenin dini ve kültürel tutumları gelebilir. Ancak bu durum, söz konusu yatırım modeli için bir engel teşkil etmiyor. Nitekim geçtiğimiz yıl Turizm Bakanı turizme 1 trilyon dolarlık yatırım yapacaklarını ve bu yatırımlar kapsamında alkol servisinin yer almayacağını açıkladı. Yatırımın niteliği doğrultusunda, bu modelin alkolsüz bir şekilde başarıyla işleyip işlemeyeceğini ise zaman gösterecek.

İkinci neden ise, tüm bölgede yaygın olan ve petrol zenginliğinin getirdiği rehavet duygusu olabilir. 2024 verilerine göre 267 milyar varillik² ham petrol rezerviyle Suudi Arabistan bölgenin lideri konumunda. Onu 208 milyar varille İran, 113 milyar varille de Birleşik Arap Emirlikleri takip ediyor.

Ancak petrol fiyatlarındaki aşırı dalgalanma da, sürdürülebilir yatırım alternatiflerine duyulan ihtiyacı artırmış olabilir. Örneğin; 2008 küresel finans krizinin ardından petrol fiyatları altı ayda %78 oranında düşerken 2014'te ABD'nin kaya gazı üretiminin artması ve OPEC'in strateji değişikliğiyle bu düşüş bir yıl içinde %73'e ulaştı. Son olarak, 2020'deki pandemi kriziyle birlikte benzer bir gerileme daha yaşandı. Körfez Ülkelerinde ekonomileri çeşitlendirmek artık daha da önemli.

Vision 2030: Suudi Arabistan'ın stratejik dönüşümü için bir yol haritası⁴

2016 yılında açıklanan Vision 2030, Suudi Arabistan'ın kalkınma hedeflerini belirleyen kapsamlı bir plan niteliğinde. Sağlık, özelleştirme, kamu yatırımları, finans ve yaşam kalitesi gibi 11 temel başlıkta yapısal dönüşümler öngörüyor. Bu plan, aynı zamanda Suudi Arabistan'ın "Las Vegas Atağı" olarak tanımlanabilecek büyük turizm ve hizmet sektörü hamlesinin de resmi başlangıcı sayılabilir. Her yıl sonunda yayımlanan raporlarla belirlenen hedefler doğrultusunda yapılan yatırımlar ve elde edilen sonuçlar kamuoyuyla paylaşıyor.

Bu modeli Türkiye için doğrudan uygulamak yapısal olarak mümkün değil. Ancak daha yerel düzeyde küçük dokunuşlar ve desteklerle Türkiye'de uygulanabilir hale getirilebilir. Hatta bunun bir örneği bile var: Urla.

Urla 11 restoranla Michelin rehberinde!

2018 öncesine kadar gastronomiyle öne çıkmayan Urla, bugün Michelin Rehberi'nde 11 restoranla yer alıyor. Bunlardan dördü 1 Michelin yıldızına, üçü ise sürdürülebilirlik vurgusu taşıyan yeşil yıldıza sahip. Urla, kısa sürede bir gastronomi destinasyonu olmayı başardı. Üstelik bu başarı, yerel çiftçilerle iş birliği yapılarak ve yöresel ürünlere odaklanılarak elde edildi. Bu da aslında yönümüzü başka bir yöne çevirmemiz gerektiğine dair güçlü bir mesaj

⁴ <https://www.vision2030.gov.sa/en>

veriyor. Urla örneği, özgün yerel ürünlerle üreticiyle birlikte çalışmanın nasıl büyük bir fark yaratabileceğini açıkça ortaya koyuyor.

Tam da bu noktada, Suudi Arabistan, Dubai ve bölgedeki diğer ülkelerin "Las Vegas Atağı" üzerine yaptığımız beyin fırtınasıyla Urla örneği arasında nasıl bir bağlantı kurabiliriz?

Michelin Rehberi'nde Türkiye'den toplam 127 restoran yer alıyor. Peki, Türkiye'yi bölgedeki rakiplerinden ayıran en değerli ve özgün özellik ne olabilir?

Türkiye özellikle yeşil yıldız ve Bib Gourmand kategorilerinde çok güçlü bir profil çiziyor. En belirgin farklardan biri ise şu: Türkiye'de yükselen yerel lezzetler, geleneksel mutfakla harmanlanan şef restoranları aracılığıyla ön plana çıkıyor. Oysa Dubai, bugün Avrupa'dan ve dünyanın farklı bölgelerinden ithal edilen, küresel şöhrete sahip şeflerin restoranlarının oluşturduğu bir "ithal gastronomi vitrini" olarak öne çıkıyor.

Görünen o ki, Suudi Arabistan'da aynı şeyi yapacak.

Son olarak ne söyleyebiliriz?

Herkesin sıkça dile getirdiği gibi, Türkiye'nin gastronomi alanındaki potansiyeli malum. Henüz bir Las Vegas Atağı için uygun olmasa da bu model bize stratejik bir yol gösterebilir ve ilham olabilir.

Bugün Suudi Arabistan, Kültür Bakanlığı bünyesinde Mutfak Sanatları Komisyonu kuracak cesaret ve özgüvene sahipse Türkiye de sahip olduğu potansiyelle, tüm politik ve ekonomik zorluklara rağmen, uzun vadeli bir stratejik planlar yapabilir ve yatırımlarını demokratik bir yaklaşımla hayata geçirebilir.

Önemli olan niyet etmek. Urla örneği ortada.