



Aromaterapia w turystyce, hotelarstwie i gastronomii jako innowacyjne narzędzie podnoszenia jakości usług – rezultaty projektu Kompetencje przyszłości w branży usług turystycznych w ramach programu Erasmus+ realizowanego przez Fundację Drogowskaz (Polska) i partnera HRC Culinary Academy (Bułgaria)

Wprowadzenie

Jak budować wyjątkowe doświadczenie klienta w hotelu lub restauracji? Jednym z coraz częściej wykorzystywanych narzędzi jest aromaterapia – świadome wykorzystanie zapachów wpływających na samopoczucie i emocje gości. W projekcie Erasmus+ z sektora kształcenia i szkolenia zawodowego, realizowanym przez Fundację Drogowskaz we współpracy z HRC Culinary Academy, analizowano możliwości wykorzystania aromaterapii jako elementu marketingu sensorycznego w turystyce, hotelarstwie i gastronomii. Projekt pokazuje, że takie rozwiązania mogą nie tylko podnosić jakość usług, ale także rozwijać kompetencje zawodowe osób przygotowujących się do pracy w branży hospitality.

Początek tej wdrożonej dobrej praktyki projektu i zastosowania rozwiązań dedykowanych branży turystycznej sięga spotkania partnerów w Bułgarii w październiku 2025 r., gdzie Wiceprezes Fundacji Drogowskaz Edyta Multarzyńska-Badzioch przeprowadziła inspirujący warsztat dot. aromaterapii i zastosowania zapachów w dziedzinach życia każdego z nas. Zajęcia były początkiem kolejnych działań i wdrażanych rozwiązań właśnie m.in. przez innowacyjny pomysł partnera HRC, który prowadzi restaurację Restaurant Talents <https://www.restauranttalents.bg/>, gdzie w swoim menu skomponowali panel zapachowy jako element degustacji i wyboru właśnie przez zmysł węchu. Niesamowite doznanie cieszy się coraz większą popularnością i jest unikatowym doznaniem w restauracjach w Sofii oraz Bułgarii. Podnosi jakość usług dedykowanych odbiorcom i klientom sektora gastronomicznego, ale także wzbogaca warsztat umiejętności pracowników branży.

Wraz z wdrożeniem aromatycznej praktyki wypracowano także szereg inspirujących pomysłów, które będzie wdrażać zarówno partnerstwo jak i lider innego projektu agility Magdalena Stusińska-Krywalska, jako dobrą praktykę wzmacniania programu szkoleń zawodowych skierowanych do branży HORECA.

Aromaterapia jako narzędzie budowania jakości usług w branży hospitality

Branża turystyczna i gastronomiczna w coraz większym stopniu koncentruje się na tworzeniu kompleksowego doświadczenia klienta. Goście odwiedzający hotel czy restaurację oczekują nie tylko wysokiej jakości usług, lecz także atmosfery, która pozwoli im się zrelaksować i zapamiętać dane miejsce.

W tym kontekście coraz większe znaczenie zyskuje marketing sensoryczny, czyli zarządzanie doświadczeniem klienta poprzez oddziaływanie na różne zmysły: wzrok, słuch, smak, dotyk oraz zapach. Spośród nich zapach odgrywa szczególną rolę, ponieważ jest silnie powiązany z emocjami oraz pamięcią.

Aromaterapia polega na wykorzystaniu naturalnych olejków eterycznych i aromatów w celu poprawy samopoczucia oraz stworzenia przyjaznej atmosfery w danej przestrzeni. W branży hospitality zapach może pełnić wiele funkcji:

- tworzyć atmosferę relaksu i komfortu,
- wzmacniać pozytywne emocje klientów,
- budować charakterystyczną tożsamość miejsca,
- wpływać na postrzeganą jakość usług.

Dzięki temu aromaterapia staje się interesującym narzędziem wspierającym zarządzanie doświadczeniem klienta.

Jak podkreśla Anna Salamończyk-Mochel, Prezes Fundacji Drogowskaz, wieloletnia Wiceprezes Polskiej Organizacji Turystycznej, która obecnie koordynuje działania projektowe w Polsce, aromaterapia może mieć bardzo praktyczne zastosowanie w sektorze usług:

W branży turystycznej i gastronomicznej coraz ważniejsze staje się projektowanie doświadczenia klienta. Aromaterapia jest prostym, a jednocześnie bardzo skutecznym narzędziem, które pozwala wzbogacić ofertę usługową i stworzyć wyjątkową atmosferę miejsca. W naszych działaniach projektowych pokazujemy, że nawet niewielkie elementy, takie jak świadome wykorzystanie zapachu w restauracji czy hotelu, mogą realnie wpływać na postrzeganą jakość usług oraz satysfakcję gości. Jednocześnie jest to bardzo inspirujący obszar rozwoju kompetencji zawodowych dla osób pracujących w branży HORECA.

Zastosowanie aromaterapii w hotelarstwie i turystyce

W hotelarstwie aromaterapia jest coraz częściej wykorzystywana jako element budowania pierwszego wrażenia oraz komfortu pobytu gości. Już w przestrzeni recepcji i lobby odpowiednio dobrany zapach może stworzyć atmosferę gościnności i relaksu po podróży. W wielu obiektach stosuje się delikatne aromaty cytrusowe, lawendowe lub drzewne, które sprzyjają odprężeniu. Systemy dyfuzji zapachów mogą być także wykorzystywane w pokojach hotelowych, gdzie subtelne aromaty zwiększają komfort pobytu gości.

Naturalnym obszarem zastosowania aromaterapii są również strefy SPA i wellness, gdzie zapachy olejków eterycznych wspierają relaksację i regenerację. W niektórych obiektach zapachy wykorzystywane są także w salach konferencyjnych, gdzie aromaty cytrusowe lub miętowe mogą sprzyjać koncentracji uczestników spotkań.

Równie istotnym obszarem wykorzystania aromaterapii jest gastronomia hotelowa i restauracyjna. W kuchni zapach odgrywa szczególną rolę, ponieważ jest bezpośrednio związany z percepcją smaku i wpływa na odbiór potraw przez gości. Aromaty świeżych ziół, przypraw czy cytrusów mogą podkreślać charakter serwowanych dań i tworzyć przyjemną atmosferę w restauracji. W wielu restauracjach wykorzystuje się naturalne zapachy

pochodzące z przygotowywanych potraw, takie jak aromat świeżo pieczonego chleba, kawy, wanilii czy cynamonu, które pobudzają apetyt i wzmacniają doświadczenie kulinarne.

Coraz częściej pojawiają się także bardziej innowacyjne rozwiązania, polegające na świadomym wykorzystaniu aromaterapii jako elementu projektowania doświadczenia gastronomicznego. Restauracje mogą stosować zapachy dopasowane do charakteru kuchni – na przykład aromaty bazylii i oregano w kuchni śródziemnomorskiej, trawy cytrynowej w potrawach azjatyckich czy rozmarynu i tymianku w daniach mięsnych.

Takie podejście pozwala stworzyć spójne doświadczenie sensoryczne, które łączy smak, zapach i atmosferę miejsca, wpływając na pozytywną ocenę jakości usług przez gości.

Zapach jest jednym z kluczowych elementów wpływających na percepcję smaku. Odpowiednio dobrane aromaty mogą pobudzać apetyt, wzmacniać odbiór potraw oraz tworzyć wyjątkową atmosferę restauracji. W gastronomii aromaterapia może być wykorzystywana na kilka sposobów. Najbardziej naturalnym rozwiązaniem jest wykorzystanie aromatów związanych z przygotowywanymi potrawami, takich jak zapach świeżo pieczonego chleba, kawy czy ziół. Coraz częściej pojawiają się jednak bardziej zaawansowane rozwiązania, w których aromaty są świadomie wykorzystywane jako element projektowania doświadczenia klienta. Przykładowo restauracje tematyczne mogą stosować zapachy ziół śródziemnomorskich, cytrusów lub przypraw charakterystycznych dla danej kuchni. Takie rozwiązania wzbogacają doświadczenie kulinarne gości i mogą zwiększać ich satysfakcję z wizyty w restauracji.

Dzięki takim rozwiązaniom zapach staje się integralnym elementem doświadczenia pobytu w hotelu. Ważny jest także świadomy wybór i praktyka wraz z bogatą wiedzą personelu sektora turystycznego, co także podkreśla **Yoanna Mileva, dyrektor HRC** *Współczesny gość hotelowy oczekuje nie tylko komfortowego pokoju i wysokiego standardu obsługi, ale także doświadczenia, które angażuje zmysły i buduje pozytywne emocje. Odpowiednio dobrana aromaterapia może stać się ważnym elementem wzbogacającym ofertę hotelu, podnoszącym jakość usług oraz tworzącym wyjątkową atmosferę sprzyjającą relaksowi i dobremu samopoczuciu gości.*

Dobra praktyka – aromaterapia zintegrowana z menu restauracji

Jednym z innowacyjnych pomysłów analizowanych w ramach projektu Erasmus+ jest koncepcja połączenia doświadczenia kulinarnego z aromaterapią poprzez możliwość wyboru zapachu przez gości restauracji. Rozwiązanie to opiera się na idei marketingu sensorycznego, w którym doświadczenie gastronomiczne jest wzbogacone o dodatkowy element – świadomie dobrany aromat towarzyszący posiłkowi.

W zaproponowanym modelu klient restauracji otrzymuje specjalny wachlarz zapachowy, zawierający kilka próbek aromatów odpowiadających różnym kategoriom potraw. Wachlarz pełni funkcję interaktywnego narzędzia wyboru – gość może powąchać poszczególne nuty zapachowe i zdecydować, który aromat najlepiej odpowiada jego preferencjom oraz wybranemu danu z karty menu.

Po dokonaniu wyboru gość wskazuje główną nutę zapachową, która będzie towarzyszyć serwowanemu danu. Obsługa restauracji lub system dyfuzji zapachów wprowadza następnie wybrany aromat w delikatnej formie w przestrzeń wokół stolika. Zapach jest subtelny i stanowi jedynie tło dla doświadczenia kulinarnego, nie dominując nad naturalnym aromatem potrawy.

Proponowane nuty zapachowe mogą być dopasowane do rodzaju kuchni lub charakteru potrawy, na przykład:

- bazylia lub oregano – do dań śródziemnomorskich,
- trawa cytrynowa lub imbir – do potraw kuchni azjatyckiej,
- rozmaryn lub tymianek – do dań mięsnych,

- cytryna lub limonka – do potraw rybnych,
- wanilia lub cynamon – do deserów.

Zastosowanie wachlarza zapachowego pozwala gościom restauracji aktywnie uczestniczyć w tworzeniu własnego doświadczenia kulinarnego. Wybór aromatu staje się elementem interakcji z menu oraz dodatkowym elementem budującym atmosferę wizyty w restauracji.

Takie rozwiązanie pozwala stworzyć spersonalizowane doświadczenie gastronomiczne, które angażuje zmysł węchu i wzmacnia odbiór potraw. Jednocześnie stanowi interesujący przykład dobrej praktyki, pokazujący jak aromaterapia może być wykorzystywana w gastronomii jako narzędzie podnoszenia jakości usług oraz wyróżnienia oferty restauracji na rynku.

Erasmus+ i rozwój kompetencji zawodowych w branży turystycznej

Projekt realizowany przez Fundację Drogowskaz oraz partnera z Bułgarii pokazuje, że wprowadzanie nowoczesnych koncepcji – takich jak marketing sensoryczny czy aromaterapia – może wspierać rozwój kompetencji zawodowych osób uczących się w sektorze turystyki, hotelarstwa i gastronomii.

Uczestnicy projektu mieli możliwość poznania nowych metod budowania doświadczenia klienta oraz innowacyjnych rozwiązań stosowanych w branży hospitality. Dzięki temu rozwijali kompetencje związane między innymi z:

- projektowaniem doświadczeń klienta w usługach turystycznych i gastronomicznych,
- wykorzystaniem marketingu sensorycznego w praktyce zawodowej,
- kreatywnym podejściem do projektowania usług,
- współpracą międzynarodową i wymianą dobrych praktyk.

Międzynarodowa współpraca pomiędzy partnerami z Polski i Bułgarii umożliwiła wymianę doświadczeń oraz poznanie różnych podejść do kształcenia zawodowego w Europie.

Aromaterapia może stanowić nowoczesne i kreatywne narzędzie wspierające rozwój jakości usług w turystyce, hotelarstwie i gastronomii. Odpowiednio dobrane aromaty wpływają na samopoczucie klientów, wzmacniają doświadczenia kulinarne oraz pomagają budować wyjątkową atmosferę miejsca.

Rezultaty projektu Erasmus+ pokazują, że włączenie takich zagadnień do programów kształcenia zawodowego może przygotować przyszłych pracowników branży hospitality do stosowania nowoczesnych rozwiązań w praktyce zawodowej.

Zachęcamy do pobierania naszych rezultatów ze strony

FUNDACJA DROGOWSKAZ- LIDER (POLSKA)

<https://fundacjadrogowskaz.pl/produkty/>

Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61558189992653>

HRC CULINARY ACADEMY- PARTNER (BUŁGARIA)

<https://www.hrcacademy.com/en/>

Facebook:



**Finansowane przez
Unię Europejską**



<https://www.facebook.com/HRCAcademy>

O partnerstwie

Projekt realizowany jest przez międzynarodowe partnerstwo trzech organizacji, które połączyły swoje doświadczenia, aby wspierać rozwój jakości usług w sektorze hospitality.

Liderem projektu jest Fundacja Drogowskaz, organizacja posiadająca bogate doświadczenie w edukacji dorosłych oraz rozwoju sektora turystycznego. Fundacja realizuje projekty szkoleniowe, promuje turystykę zrównoważoną i dostępność usług, a jej zespół łączy kompetencje z zakresu edukacji, promocji, badań oraz rozwoju produktów turystycznych.

Partnerem projektu jest **Akademia Nauk Stosowanych w Nowym Targu**, uczelnia zawodowa z 25-letnim doświadczeniem w kształceniu praktycznym. Instytucja oferuje programy edukacyjne w obszarach turystyki, rekreacji, zarządzania HoReCa, cyfryzacji oraz przedsiębiorczości, współpracując jednocześnie z lokalnym biznesem i wspierając rozwój dostępnej edukacji.

W projekcie uczestniczy również **Private Professional College HRC Culinary Academy (Bułgaria)** – renomowana szkoła kształcenia zawodowego w obszarze gastronomii i branży HoReCa. Instytucja oferuje akredytowane programy edukacyjne, kursy zawodowe oraz praktyki międzynarodowe, kształcąc przyszłych specjalistów zgodnie z aktualnymi wymaganiami rynku.

Rezultaty projektu

Efektom międzynarodowej współpracy partnerów jest zestaw praktycznych narzędzi wspierających rozwój kompetencji zawodowych w sektorze turystyki i gastronomii.

W ramach projektu opracowano podręcznik dla kadr turystyki, trzy pakiety edukacyjne poświęcone turystyce zrównoważonej, dostępnej oraz produktowej, a także raport ewaluacyjny z testowania przygotowanych materiałów.

Wszystkie rezultaty zostaną udostępnione w trzech językach, co zwiększa ich dostępność oraz możliwość wykorzystania w różnych krajach europejskich.

Finansowanie

Projekt realizowany jest dzięki wsparciu programu Erasmus+ w ramach sektora kształcenia i szkolenia zawodowego.



Finansowane przez
Unię Europejską

