

Luksus nie zna kompromisu, więc i w słowniku Amandy Likus, która prowadzi Hotel Warszawa, takie słowo nie istnieje. To u nich rodzinne. – Kreujemy miejsca, w których sami chcielibyśmy przebywać. Z poszanowaniem przeszłości i patrząc w przyszłość – mówi. Swoją wizję realizują bez zbędnego pośpiechu, a raz za razem okazuje się, że są o krok przed innymi.

TEKST: KATARZYNA RYCKO

## POKÓJ Z WIDOKIEM NA PRZYSZŁOŚĆ



*Razem z rodziną macie w biznesowym portfolio siedem luksusowych hoteli – krakowskie Pod Różą, Copernicus, czyli pierwszy w Polsce hotel zrzeszony w ekskluzywnym stowarzyszeniu Relais & Châteaux, i Stary, legendarny łódzki Grand, hotele Monopol w Katowicach i we Wrocławiu, Hotel Warszawa w dawnym budynku Prudentialu – kilkanaście wykwiwnych restauracji i dom handlowy Vitkac. W czym tkwi sekret sukcesu rodziny Likusów?*

Nasz sukces wynika z autentyczności. Kochamy piękno, architekturę, sztukę, design, modę. To widać we wnętrzach, które tworzymy. W tej kwestii nie godzimy się na żadne ustępstwa. Drugim czynnikiem jest rodzinny charakter firmy. Założyła ją trzech braci, jednym z nich jest mój tata, i przez ponad 30 lat jej funkcjonowania dołączają kolejne osoby, w tym ja czy moje rodzeństwo. Lubimy się nawzajem, mamy do siebie olbrzymi szacunek, każdy wnosi swoje umiejętności.

*Kariera w rodzinnej firmie była dla ciebie naturalnym wyborem?*

Jak każdy młody człowiek, przechodziłam czas buntu i byłam przekonana, że nigdy nie wejść do rodzinnego biznesu. Chciałam zostać lekarką. Zanim jednak skończyłam studia, a uczyłam się w Stanach, prezydentem został Donald Trump, który prowadził bardzo restrykcyjną politykę imigracyjną. By móc pracować, potrzebowałam wizy biznesowej, której pracodawcy się obawiali, przestałam więc być dla

nich atrakcyjną kandydatką. W tym czasie powstał już Hotel Warszawa, a że byłam w Polsce, zaczęłam się zajmować sprawami z nim związanymi i... już nie przestałam.

*Jakie są plusy zaangażowania w rodzinny biznes?*

Na pewno elastyczność, ale przede wszystkim ogromna motywacja i zaangażowanie. O każde miejsce dba się o jak o swój dom. Praca na rodzinnym sukcesie ma zupełnie inną wartość.

Trudno stworzyć od zera coś, co jest luksusowe. Postrzegam luksus nie jako przedmiot czy rzecz wykreowaną przez marketing, ale jakość na najwyższym poziomie i rzetelność, na którą pracuje się przez lata.



#### *A wyzwania?*

To, co jest korzyścią, jednocześnie może być wyzwaniem. Duża motywacja bywa obciążająca, trudno nie myśleć o pracy. Czuję to chyba każdy, kto prowadzi własny biznes.

#### *Jak buduje się markę luksusową?*

Latami, a to, co stoi za taką marką, musi być prawdziwe. Trudno stworzyć od zera coś, co jest luksusowe. Postrzegam luksus nie jako przedmiot czy rzecz wykreowaną przez marketing, ale jakość na najwyższym poziomie i rzetelność, na którą pracuje się przez lata. Myślałam o tym niedawno, kiedy w serialu Netflix'a *Emily w Paryżu* głównej bohaterce poleciono naszą restaurację 3 Rybki w Krakowie i podawane w niej gołąbki. Sądzę, że sukces naszej firmy wynika z tego, że przez te 30 lat ten gołąbek smakuje równie dobrze. Nie znam w Polsce innych restauracji poza naszymi, w których taka stałość byłaby utrzymana.

#### *Jaka jest twoja w tym rola jako liderki?*

Wskazałabym dwa elementy, które procentują takim zaangażowaniem pracowników: inspirowanie i bycie godnym zaufania. Jeśli jako liderka nie zapewniałabym miejsca pracy na najwyższym poziomie, to trudno, żeby inni je tak traktowali. Można na nas liczyć. Nasi pracownicy są jak rodzina. Z ponad 800 osób w całej Polsce wielu jest z nami przeszło 10 lat, bywa, że nawet 29 lat, a niektórzy, tak samo jak ja i moje rodzeństwo, pracują w tej firmie już w drugim pokoleniu, np. fantastyczne księgowe i ich córki czy rodziny w restauracjach.

ZDJEŃCIA: JUSTYNA CHROBOT.

#### *Jaką najcenniejszą radę biznesową otrzymałaś w swoim życiu?*

Prześpij się z decyzją, daj sobie czas na zastanowienie.

*Najstarszy krakowski hotel, Pod Różą, po tym, jak trafił w wasze ręce, stał się pierwszym hotelem butikowym w Polsce. Do domu handlowego Vitkac w Warszawie pozyskaliście luksusowe marki, które dotąd nie myślały o otwarciu butików w naszym kraju, jak Louis Vuitton. Ty organizujesz u siebie pierwsze w Polsce targi sztuki w przestrzeni hotelowej – Hotel Warszawa Art Fair. Śmiało patrzycie w przyszłość.*

Mamy wizję tego, co i jak chcemy robić, jesteśmy jej pewni. Wierzymy, że nasze pomysły, nawet jeśli nie były na miarę swoich czasów, po kilku latach, wraz z rozwojem społeczeństwa, już będą. Pokoje w naszych hotelach są zindywidualizowane, we wnętrzach nie wybieramy sztampowych rozwiązań, nie tworzymy miejsc, które potrzebują generalnego remontu po sześciu latach. Inspirują nas podróże, fascynujący ludzie, obezwanie z pięknem. Bazujemy na doskonałych materiałach – drewno, skóra, szkło, beton czy marmur – które są odporne na wpływ czasu i sezonowe trendy.

#### *Łączą historię z nowoczesnością.*

Zależało nam zawsze, żeby miejsca, które kreujemy, nie były wyrwane z kontekstu, tylko bazowały na naszym dziedzictwie. Polska jest dla nas wartością, dlatego zdecydowaliśmy się pozyskiwać historyczne obiekty i przywracać im dawną świetność. Restaurujemy wszystko, co da się zachować, więc znajdziemy tam średniowieczne freski, renesansowe drewniane stropy czy XIX-wieczne detale architektoniczne. Nasze miejsca mogą być świetną promocją Polski. Staramy się, żeby jak najwięcej rzeczy, które pokazu-

jemy, pochodziło z kraju. Duża część naszych mebli powstaje w dwóch świetnych pracowniach pod Krakowem, produkty, które trafiają do restauracji, pozyskujemy lokalnie.

*Rozmawiamy w Hotelu Warszawa, który ma dla mieszkańców stolicy szczególne znaczenie. Dawny słynny budynek Prudentialu, odbity przez Polaków w pierwszych dniach powstania warszawskiego, z powiewającą na szczycie polską flagą, szybko stał się symbolem oporu.*

Mamy poczucie, że posiadanie takiego budynku zobowiązuje – i na tym bazuje idea otwarcia hotelu na społeczność. Utrzymaliśmy nazwę Hotel Warszawa, a restauracja to Warszawska. Mieszkańcy mają poczucie, że obiekt nadal jest ich, nawet jeśli wewnątrz jest luksusowy hotel.

#### *Na początku września zorganizowałaś trzecią już edycję Hotel Warszawa Art Fair.*

Zaczynałyśmy trzy lata temu z 20 galeriami, z których każda otrzymała do dyspozycji pokój do dowolnego zaprezentowania prac. Gdy z pomysłem na takie hotelowe targi sztuki przyszły do mnie Marta Kołakowska z galerii Leto, Gunia Nowik z Gunia Nowik Gallery, oraz Justyna Wesołowska i Marika Zamojska z Polana Institute, od razu wiedziałam, jak to zrobimy. W jeden weekend, na jednym piętrze, z bocznym wejściem, by wydarzenie nie ingerowało w pobyt gości. Sztuka współczesna doskonale rezonuje z naszymi wnętrzami – świetnymi materiałami, dbałością o najmniejszy detal. Nasze wnętrza inspirowane – powstają już prace konkretnie z myślą o HWAFA. Dziś 36 galeriom z Polski i z zagranicy udostępniamy dwa piętra, organizujemy szereg wydarzeń towarzyszących. W tym roku odwiedziło nas ponad 10 tysięcy osób. To dowód na to, że nadszedł czas kobiet i w sztuce, i w biznesie. ■

*Na zdjęciach: Grand Hotel Łódź i Hotel Warszawa prowadzone przez rodzinę Likusów.*