**Cà Phê Ý**

Khi nhắc đến cafe Ý, chắc hẳn hầu hết mọi người trong chúng ta đều sẽ nghĩ ngay đến **cafe Espresso**. Ở Ý, nếu yêu cầu cà phê bằng tiếng Ý “un caffè”, bạn sẽ tự động được phục vụ một tách **Espresso** đậm đà. Nếu thích hương vị có chút nhẹ nhàng hơn thì một tách caffe Americano sẽ là lựa chọn phù hợp cho bạn ngay lúc này. Tuy nhiên, đây không phải là loại cafe duy nhất của Ý, bên cạnh đó còn có Cappuccino, Latte, Macchiato hay Mocha… đều là những dòng cà phê phổ biến của Ý và được ưa chuộng ở nhiều nước trên thế giới.

Espresso ra đời từ những năm 1884 và trở thành một trong các loại cafe Ý được ưa chuộng nhất hiện nay. Để pha Espresso, người ta phải sử dụng một loại máy đặc biệt dưới điều kiện áp suất rất cao. Khi nước được bơm vào, hệ thống ống đồng trong máy sẽ làm nóng nước lên mức trên 90 độ C và dưới 100 độ C. Sau đó, dưới áp lực đẩy, nước chảy qua bột cà phê đang bị nén chặt trong lọc và đổ thẳng ra cốc. Một ly **cafe Ý** Espresson được xem là đạt tiêu chuẩn nếu trên bề mặt có một lớp bọt màu nâu vàng (còn gọi là crema).

**Cà Phê Việt**

Người ta nói: Thêm đường hết đắng.Nhưng ngọt ngào đâu có phải Cà Phê?Giọt đắng này, giọt của si mê.Như giọt đời, giọt mưa, giọt nắng…

Thật lạ, con người thường đam mê những thứ đắng cay, không mấy ai nghiện ngập ngọt bùi. Có phải cuộc đời nhiều mặn nồng, nhiều thăng trầm cay đắng, cho nên con người tìm đến những thứ đắng cay để dung hòa cảm xúc? Còn hơn thế, Cà Phê có đủ vị đắng để giúp ta suy tưởng, có đủ độ nồng để tạo cảm giác bồng bềnh, có đủ độ chua để nghĩ về thất bại, có đủ độ mặn để nhớ về đất mẹ, và có đủ độ ngọt ngào để ta cảm thấy được yêu thương…

Cảm ơn các vị linh mục Tây phương đã đem cây Cà Phê từ cao nguyên Ethiopia xa xôi mãi tận Phi Châu vào đất Việt. Nghe nói ban đầu loại cây quý giá này chỉ được trồng tại vườn của các nhà thờ Phía bắc Việt Nam từ khoảng cuối những năm 1880. Sau này, tức là đến khoảng những năm 1920 cây Cà Phê mới được trồng đại trà ở Đak Lak và Gia Lai – Kon Tum. Giống như tại hàng trăm quốc gia uống Cà Phê trên thế giới, văn hóa Cà Phê đã hình thành ở Việt Nam như một điều tất yếu từ món quà tuyệt vời do tự nhiên ban tặng.

Hoàn cảnh sống đã tạo nên văn hóa Cà Phê Việt. “Cà Phê nhanh” dành cho những người bận rộn, được đựng trong các ly cốc sử dụng 1 lần, thường đi kèm với “nhạc đệm” là bánh mỳ Pa-tê, bánh mỳ ốp la, họ uống nó như một loại Food cung cấp dinh dưỡng và khoáng chất cho cơ thể thêm khỏe mạnh và năng động. Loại này thường là Cà Phê đá, hoặc Cà Phê sữa đá.“Cà Phê đường phố”, thường là Cà Phê đen, loại Cà Phê bình dân nhất và cũng có đông “đệ tử” nhất, chỉ đông vào buổi sáng, trước giờ làm. Cà Phê loại này thường được pha phin trong những chiếc ly thủy tinh bình dị, xinh xinh nho nhỏ. Bên cạnh không bao giờ thiếu một ấm trà nóng sẵn sàng…

**Lịch sử hình thành Strong Cà Phê**

Với số tiền ít ỏi tiết kiệm được từ Âu Lạc, anh bắt đầu lại từ đầu với niềm tin rằng thị trường còn rất nhiều tiềm năng trong khi các công ty cà phê Việt chủ yếu chú ý tới xuất khẩu mà thiếu đầu tư vào thị trường trong nước. David cho rằng, với khoảng thời gian tuy không dài ở Việt Nam, anh đã gắn bó với con người và mảnh đất nơi đây, có lợi thế so với người nước ngoài khi làm kinh doanh tại đây vì anh đã có cái hiểu nhất định về văn hoá Việt.  
Đó chính là lý do David quyết định làm lại từ đầu. Năm 1997, David bắt đầu tìm hiểu luật khuyến khích đầu tư nước ngoài. Tới 1998, anh là Việt kiều đầu tiên được cấp phép thành lập công ty tư nhân tại Hà Nội. Tới năm 2000, David là doanh nhân đầu tiên đăng ký thành lập công ty cổ phần.  
Tập đoàn Việt Thái ngày nay được thành lập năm 2002. Ban đầu, chỉ có hai cửa hàng Highlands Coffe ở Hà Nội và Tp.HCM. Sau 7 năm, hiện nay số lượng cửa hàng Highland Coffee đã vượt quá con số 80 trên sáu tỉnh thành bao gồm Hà Nội, Sài Gòn, Hải Phòng, Đà Nẵng, Vũng Tàu và Đồng Nai. Trong năm 2008, Tập đoàn Việt Thái có hơn 5 triệu lượt khách và phục vụ hơn 2 triệu bữa ăn, hơn 4 triệu cốc cà phê cho khách hàng.  
Ngày nay, hoạt động kinh doanh của tập đoàn được chia ra hai mảng chính. Thực phẩm, đồ uống (F&B) và hoạt động liên quan tới phong cách khách hàng (Consumer Lifestyle). Bên cạnh thương hiệu Highlands, nhóm hoạt động F&B của Việt Thái còn có hai nhãn hiệu nhà hàng là Meet & Eat và Nineteen 11.  
Meet & East bao gồm căng tin và góc ẩm thực với mục đích tập trung vào giá trị của đồng tiền trong một môi trường sạch sẽ vệ sinh và hiện đại được đặt tại E-Town 2 (Tp.HCM) với diện tích 800 m2. Còn Nineteen 11 là một nhà hàng sang trọng nằm trong nhà hát lớn Hà Nội. Nhà hàng là một minh chứng cho khả năng phát triển và quản lý của Việt Thái, đồng thời cũng cho thấy sứ mệnh của công ty trong việc đem lại những gì tốt đẹp nhất của thế giới tới Việt Nam và những gì tốt đẹp nhất của Việt Nam ra thế giới.