

# Cisco poursuit la construction de son offre vidéo grand public

Cisco s'investit depuis longtemps dans les solutions vidéo. Plutôt professionnelles avec [l'acquisition de Tandberg](#) en décembre 2009 ou, plus récemment, l'annonce de la [tablette Cius](#). Le constructeur n'en néglige pas moins le marché grand public. Notamment avec l'acquisition en 2009 de **Pure Digital** et ses produits [Flip Video](#) dédié à la capture vidéo de qualité.

La gamme Flip Video se distingue par un format proche de celui d'un téléphone mobile (et donc bien plus transportable qu'un caméscope) la qualité de son image (en haute définition 720p compressé en H.264, le 1080p étant prévu pour 2011), une **focale fixe lumineuse** ouvrant à f/2.4, un logiciel de gestion intégré, le connecteur USB intégré, l'interface HDMI pour profiter des films directement sur le téléviseur familial et, surtout, une simplicité d'utilisation biblique. On appuie sur un bouton pour lancer l'enregistrement et c'est tout. On appuie sur la touche «Lecture» pour lire les contenus.

La gamme évolue aujourd'hui vers la troisième génération. Les trois modèles Flip UltraHD (8 Go de stockage, 2 heures de vidéo), MinoHD 1 (4 Go) et 2 heures (8 Go) se distinguent de la précédente génération par un **design plus fin**, un stabilisateur d'image une amélioration de la capture avec 60 images par seconde, des améliorations au niveau des méthodes de partage proposées par l'application intégrée FlipShare (notamment vers les réseaux sociaux) pour Windows et Mac OS X. Nouvelle version dont profiteront les propriétaires des précédents modèles puisque celle-ci se met à jour automatiquement depuis une connexion Internet. Une opération totalement transparente pour l'utilisateur. En revanche, Cisco fait l'impasse sur l'interface tactile.

Le modèle haut de gamme UltraHD se distingue des deux autres par le support des piles AAA et, surtout, l'apparition de **nouvelles interfaces** miniport HDMI et un FlipPort. Ce dernier permettra d'accueillir des accessoires issus de constructeurs partenaires qui viendront enrichir le boîtier. Un pico projecteur est déjà prévu tout comme un micro ou encore un objectif grand angle (qui s'installera par magnétisme sur le boîtier).

Malgré son format atypique, le Flip trouve son public. Cisco annonce avoir vendu **5 millions d'exemplaires** (depuis la création en 2007) et 1 million de vidéos produite par un Flip seraient partagées chaque semaine en ligne. Une consommation de bande passante qui ne peut que ravir un fournisseur d'infrastructure réseau comme Cisco. Surtout, les Flip tendent à **toucher un nouveau public**: 69 % des clients n'étaient pas utilisateurs de caméscopes. Et 98 % des utilisateurs recommanderaient le Flip à leur entourage. Après les solutions d'infrastructure réseau et data center, la téléprésence et la visiophonie mobile à caractères professionnelles, Cisco réussira-t-il à s'imposer comme un acteur majeur sur le marché des caméscopes? Tout dépendra de l'accueil des nouveaux modèles annoncés pour novembre prochain. Le MinoHD 1 heure sera commercialisé 169 euros tandis que les MinoHD 2 heures et UltraHD seront proposés à 199 euros.