

# Ask Jeeves nouvel acteur du lien sponsorisé

Google et Overture ont un nouveau concurrent sur les liens sponsorisés, aussi appelés liens « contextuels », ces liens publicitaires qui accompagnent les résultats des moteurs de recherche.

Ask Jeeves n'est pas un inconnu, même s'il reste marginal en Europe. Le moteur de recherche figure en effet à la quatrième place aux Etats-Unis, derrière Google, Yahoo et MSN, et draine une partie de l'audience en Grande-Bretagne. La qualité de ses réponses sur des requêtes en langage naturel a d'ailleurs longtemps fait sa réputation. Une performance dépassée aujourd'hui par les algorithmes des géants de la recherche et les pratiques simplifiées des internautes. Ask Jeeves lance donc aujourd'hui officiellement son programme de liens sponsorisés, **Ask Jeeves Sponsored Listings**. Le moteur proposait jusqu'à présent les liens publicitaires issus de Google. Ils sont conservés, mais figureront désormais à la suite des liens proposés par le service équivalent de Ask Jeeves, qui accède à la priorité d'affichage. Ask Jeeves emboîte le pas d'autres services qui ont fait le choix de se séparer de Google pour offrir du lien contextuel. Une stratégie dont l'objectif premier est de s'octroyer l'intégralité des recettes publicitaires générées par les liens sur le moteur. C'est le cas de Yahoo qui a racheté Overture, de Microsoft qui prépare un service identique pour MSN, de Mirago en Europe (*lire nos articles*), et aujourd'hui de Ask Jeeves. Quant à la pérennité d'une telle offre, pas de soucis pour ces acteurs de la recherche en ligne, sous réserve que leur surface de visibilité soit suffisante ! Les annonceurs pour qui Internet est stratégique rechercheront toujours à occuper la première place sur les moteurs de recherche. Et ils se tourneront systématiquement vers celui qui la leur fournira, même si ce n'est pas Google? Le service *Ask Jeeves Sponsored Listings* sera disponible aux Etats-Unis dans les semaines à venir, et étendu à la Grande-Bretagne dès 2006.