

Depuis le début des années 2000, et l'avènement du web, le journalisme et donc les relations presse par effet de ricochet, ont bien changé.

Désormais tout bon communicant doit inclure pour ses clients des **stratégies de viralisation de l'information** et donc trouver de nouveaux moyens pour entrer en contact avec les journalistes. Twitter est devenu ce jour un outil indispensable, tant sa puissance et son efficacité ne sont plus à démontrer. L'outil ultime certains vous diront !

Ultime ? Oui, mais pas pour tout le monde. Ceux qui gardent la fibre du papier, le goût de l'encre qui tache les doigts le matin en feuilletant leur quotidien pour trouver l'opportunité de placer son client, vous le diront. Réseauter, inviter un journaliste à déjeuner pour parler des sujets qu'il souhaite traiter dans les prochaines semaines n'est vraiment pas « *Has Been* », bien au contraire.

Etre cité dans le quotidien du lendemain fait toujours plaisir à ses clients... et pas d'inquiétude, le print est facilement viralisable.

On vous le dit. Les RP à la papa ne sont pas morts ! Il suffit juste de garder un bon équilibre.

Nicolas. L.

Suivez l'agence sur [LinkedIn](#) & sur [Twitter](#) !