

Mis en ligne par Robert Delord, le 17 décembre 2011 (dernière m.a.j. : 3 mars 2018)



Pour vanter les vertus de son plan d'épargne logement, la Caisse d'Épargne utilise la métaphore filée militaire et le très sollicité Jules César.

Cette publicité a été sous-titrée par les élèves latinistes du Lycée-Collège du Diois lors de leur travail sur l'exposition "Veni, vidi, volui : du latin et du grec dans mon caddie !" ayant pour thème l'utilisation du latin et du grec dans le marketing publicitaire.