

---

Publicato il 26.02.2024

# IncontraLavoro PAM: selezioni nel veneziano per addetti alla GDO

## I Centri per l'Impiego dell'Ambito di Venezia organizzano un recruiting in collaborazione con Gi Group per il Gruppo PAM

Nel veneziano sono aperte le selezioni per partecipare a **IncontraLavoro PAM**, il recruiting promosso da **Regione del Veneto** e **Veneto Lavoro**, organizzato per il Gruppo PAM dal **Centro per l'Impiego di Dolo** in collaborazione con i **CPI dell'Ambito di Venezia** e l'agenzia per il lavoro **Gi Group**.

Obiettivo dell'iniziativa è selezionare diversi profili da inserire nel **nuovo punto vendita PAM di Oriago di Mira (VE)**. Nello specifico si ricercano 10 addetti al banco freschi (gastronomia, banchi frigo e latticini, macelleria, pescheria, ortofrutta) e 15 addetti alla cassa e allestimento reparti e scaffali.

I candidati selezionati verranno assunti a partire da marzo con iniziale contratto in somministrazione a tempo determinato della durata di 6 mesi e successiva possibilità di inserimento stabile in azienda. L'orario previsto è un part time di 24/30 ore con possibilità di full time per alcuni reparti. Si valutano sia candidati con esperienza anche minima nella lavorazione di prodotti alimentari presso aziende della GDO o della ristorazione, sia profili junior motivati a formarsi nella mansione.

I lavoratori interessati a partecipare alle selezioni possono **candidarsi** compilando il [modulo](#) online oppure accedendo al portale ClicLavoro Veneto tramite credenziali SPID e utilizzando il servizio [Centro per l'Impiego Online](#) alla sezione "**IncontraLavoro**". All'interno dell'evento "**IncontraLavoro PAM Venezia**" sono pubblicate le offerte a cui candidarsi con la descrizione dettagliata dei profili ricercati. I candidati idonei saranno invitati a svolgere un **colloquio** ai primi di marzo presso il CPI di Dolo.

**Per maggiori informazioni e supporto nella candidatura online** è possibile contattare uno dei [Centri per l'Impiego dell'Ambito di Venezia](#) oppure il numero unico dell'[Assistenza](#) 049 744 80 41.



Il **Centro per l'Impiego di CHIOGGIA** promuove  
una speciale edizione di  
**IncontraLavoro Turismo**  
per selezionare candidati per la prossima stagione turistica.

Partecipa al **Recruiting Day**  
in programma  
**giovedì 7 marzo dalle 9.30 alle 14.30**  
a **Chioggia** presso Isola dell'Unione, 1

Questi i principali **profili professionali** ricercati:

- **addetti alla reception • cuochi • baristi**
- **camerieri • addetti alle pulizie • bagnini**

Puoi candidarti online sul  
portale **[cliclavoroveneto.it](http://cliclavoroveneto.it)**  
o inquadrando il **QR Code**



**oppure rivolgiti al tuo  
Centro per l'Impiego!**

Se il tuo curriculum sarà preselezionato, potrai sostenere un  
**colloquio** con le aziende del territorio che partecipano all'iniziativa.

# Il colore rosa è per le femmine e il colore azzurro è per i maschi?

**Il significato dei colori non è innato ma è frutto di un processo culturale, arbitrario e influenzato dal contesto sociale**

In Occidente, il rosa divenne di moda per la prima volta a metà del 1700, quando gli aristocratici europei ne indossavano varianti tenui e cipria come **simbolo di lusso e classe**. In quel momento storico, i ragazzini indossavano il blu e il rosa, gli uomini adulti indossavano il blu e il rosa, le donne e le bambine indossavano il blu e il rosa. Fino circa ai sei anni, i bambini di entrambi i sessi, al contrario di quello che avviene oggi, erano vestiti di bianco per praticità: il cotone bianco poteva essere facilmente sbiancato ed era più funzionale per il cambio del pannolino.

Nel 1918 anche la rivista specializzata Earnshaw's Infants' Department diceva: "La regola generalmente accettata è che **il rosa sia per i maschi e il blu per le femmine**. Questo perché il rosa, essendo un colore più forte e deciso, è più adatto a un maschio, mentre il blu, che è più delicato e grazioso, è più adatto alle femmine".

Nel 1927 il Time realizzò un sondaggio fra tutti i grandi magazzini e i maggiori negozi di vestiti negli Stati Uniti per sapere quali colori associavano ai vestiti per ragazze. I risultati mostrarono che **il blu e il rosa erano del tutto interscambiabili**, con una lieve preferenza del rosa per i maschi e del blu per le femmine.

Solo dal secondo dopoguerra avviene la femminilizzazione del rosa e questo colore acquisisce definitivamente il significato e l'associazione al genere femminile che conosciamo oggi. Le aziende statunitensi dell'epoca iniziarono a **influenzare l'opinione pubblica** sul tema con campagne di marketing aggressive, eleggendo questo colore a **simbolo di iperfemminilità** e consolidando così lo stereotipo ancora presente.

Al di fuori dell'Occidente, nel resto del mondo il rosa assume significati e valori completamente diversi. In India, il rosa è stato a lungo inteso come una **tonalità per entrambi i sessi**, con gli uomini che comunemente indossano abiti, ornamenti e turbanti rosa, in particolare nello stato del Rajasthan, nel nord dell'India.

Il significato dei colori non è quindi innato ma è frutto di un **processo culturale, arbitrario e influenzato dal contesto sociale**. Anche se il colore rosa viene adottato dagli uomini più di quanto non sia mai stato prima, oggi in Occidente non siamo ancora arrivati al punto in cui il rosa è solo un colore.

Fonte: Valerie Steele, Pink: The History of a Punk, Pretty, Powerful Colour, 2018