



Go&Live : des séjours linguistiques, culturels... et engagés !



Xavier Obert, président de Go&Live. ©ID, L'info durable

Accompagner les jeunes tout au long de leur parcours pour leur permettre de progresser par la découverte du monde, de ses cultures et de ses langues. Voici ce que propose le spécialiste des séjours linguistiques, culturels, éducatifs et sportifs Go&Live. Le groupe, fort de plus de 65 ans de savoir-faire, s'engage aussi sur le plan de la RSE.

S'engager durablement vers des pratiques de tourisme plus responsables : c'est ce à quoi le groupe [Go&Live](#) aspire. L'entreprise a récemment intégré la **responsabilité sociale d'entreprise** (RSE) au coeur de sa mission, marquée par l'obtention de la certification « Engagé RSE ISO 26000 et Responsibility Europe » délivrée par l'AFNOR. Et cela est loin d'être une finalité pour le groupe... il s'agit plutôt un début.

" Nous étions déjà sensibilisés à la RSE par l'UNOSEL, qui fédère l'ensemble des organismes de séjours linguistiques, précise **Xavier Obert**, président du Groupe. En tant que membre de cet organisme, j'ai toujours été particulièrement sensible à cela. Je pense que la RSE est indéniablement une clé de survie à long terme parce que nous sommes sur un secteur, le tourisme, tout de même décrié. On ne peut pas faire l'autruche et ne pas mettre en place des actions.

Go&Live travaille ainsi à évoluer vers des pratiques de tourisme plus responsables, s'appuyant sur une culture d'entreprise avec des valeurs humaines fortes et sur la progression continue de tous ses process.

Pérennité de l'entreprise

La **RSE** ne se limite en effet pas à la seule réduction de son empreinte environnementale. Signifie-t-elle d'ailleurs nécessairement la fin des voyages en avion, dans ce secteur du tourisme ?

Pour Xavier Obert, les trois axes de la RSE sont importants et l'axe économique en fait partie. Il implique la pérennité de

l'emploi et de l'entreprise. " Si demain, je prends des décisions purement écologiques comme ne plus proposer de voyages en avion, cela me fait perdre x emplois au sein du Groupe car certains séjours, à Malte ou aux États-Unis, ne pourront plus exister, remarque le président. Mes concurrents prendraient mes parts de marché sans qu'il y ait de vertu pour la planète. Donc là-dessus, il vaut mieux avoir une approche pédagogique, notamment sur nos séjours sur place avec des actions plus rationnelles.

Le groupe prend ainsi des décisions stratégiques puis opérationnelles qui prennent en compte les trois volets de la RSE, sans pour autant complètement occulter l'un des trois.

Sensibilisation à l'interne



©DR

Beaucoup d'actions peuvent être mises en place dans le quotidien et il était hors de question pour Xavier Obert de ne pas le faire. **Tri, production de déchets, utilisation du vélo** pour aller au travail... Les collaborateurs, 190 au total dont 140 à Rodez, sont sensibilisés à tous ces aspects.

Au niveau de la création des séjours, le groupe travaille avec des partenaires en misant sur un **ancrage local et territorial**. L'alimentation dans les centres d'hébergement et de vacances comprend un pourcentage conséquent de **produits locaux**.

Sensibilisation des clients

" Nos clients, dans l'information qu'on leur donne, sont aussi sensibilisés à la RSE, pointe Xavier Obert. Et nous avons créé un **American Green Village** où les enfants découvrent l'écologie. Nous ne sommes pas les plus vertueux, loin de là. On s'inspire, c'est une démarche sur le long terme.

Le président l'admet, la RSE est tellement vaste qu'il ne savait pas par quoi commencer. " Il y a des vérités pour les uns, des contre-vérités pour les autres... Comment choisir ?

Au même titre que pour la qualité, il s'agit d'une démarche avec un état des lieux des points à corriger et une stratégie d'amélioration continue sur le long terme.

Le label 'Engagé RSE' qu'a obtenu l'entreprise lui a permis de bénéficier d'un accompagnement pour bien identifier les actions déjà menées et déterminer les pistes d'amélioration possibles. " Ce label a permis de valider la cohérence de nos actions, de montrer à tous nos collaborateurs et à la direction générale que nous avons le même discours en interne et en externe et de voir à quel niveau nous choisissons de nous améliorer, de voir ce que nous considérons comme prioritaire.

Xavier Obert indique que les parties prenantes de Go&Live, à savoir aussi bien les collaborateurs que les fournisseurs ou les clients, sont de plus en plus sensibles à ces enjeux. " Au même titre que pour la qualité, il s'agit donc d'une démarche avec un état des lieux des points à corriger et une **stratégie d'amélioration continue** sur le long terme.

Fondation d'entreprise

En 2019 a par ailleurs été créée la Fondation d'Entreprise Go&Live, qui a pour objectif de poursuivre la mission du groupe, à savoir faire des jeunes des **citoyens du monde** en favorisant l'apprentissage des langues et la découverte des cultures et modes de vie de tous les pays.

Ses missions : favoriser les **projets solidaires** dans le monde entier ; encourager l'apprentissage et la pratique des langues ; éveiller à la découverte des cultures ; contribuer à l'accès à l'éducation et à la formation.

" Cela correspond à nos valeurs, assure le président. Nous voulons former les citoyens de demain en leur proposant de découvrir d'autres cultures, de s'ouvrir au monde... C'est vraiment très complémentaire. Évoluer dans ce sens me semble tout à fait logique et c'est pour que cela que nous mettons les moyens pour le faire.

