

L'attractivité touristique est, quant à elle, un sujet au sens large et complexe. Les produits touristiques, quant à eux, permettent la mise en valeur de la destination par l'ajout d'attributs qui augmenteront son caractère attractif. Plusieurs acteurs et chercheurs s'accordent sur le fait que les attributions qui déterminent l'attractivité des territoires touristiques se regroupent en quatre principaux axes dont les appellations diffèrent d'un auteur à l'autre, (Crouch & Ritchie, 1999, 2000 ; Dwyer & Kim, 2003, Enright & Newton, 2004). Selon Fabry, N. 2009, le concept d'attractivité du territoire est associé à des attributs qui composent le territoire et qui permettent de le rendre attractif, que ce soit pour y vivre, y installer son entreprise ou le visiter, etc. Pourtant, la première réflexion qu'on se permet d'imaginer pour penser l'attractivité touristique est la politique traditionnelle, qui consiste à s'orienter vers l'extérieur et chercher à attirer des flux de l'extérieur vers l'intérieur. Troisièmement, le support institutionnel qui consiste à renforcer l'image et la marque territoriale en impliquant les parties prenantes du territoire, donnant ainsi lieu à un imaginaire touristique chez la cible. D'ailleurs, l'attractivité touristique nous amène à raisonner en termes d'attribution qui constitue le territoire dans son ensemble, ces attributions sont composées d'éléments tangibles et intangibles. Cependant, un territoire touristique attractif se jouit des infrastructures et des services qui permettront aux touristes d'acquiescer une expérience fascinante et inoubliable. Sa complexité réside dans sa structure équationnelle qui consiste à attirer des touristes, mais aussi, des entreprises touristiques, des capitaux et des ONG. Ceci dit, l'attractivité se construit à base de plusieurs éléments tangibles et intangibles telle que le sentiment de satisfaction, de sécurité ou d'appartenance. C'est en quelque sorte un esprit de challenge et de rivalité qui entraîne le territoire à renouveler et innover son offre par la politique de différenciation. Toutefois, l'attractivité territoriale se construit en interne.