

Le Rond-Point de Lévis. Étude sur la localisation des garages et des stations de service

Gilles Roy

Volume 3, Number 5, 1958

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/020117ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/020117ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Département de géographie de l'Université Laval

ISSN

0007-9766 (print)

1708-8968 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Roy, G. (1958). Le Rond-Point de Lévis. Étude sur la localisation des garages et des stations de service. *Cahiers de géographie du Québec*, 3(5), 97–105.
<https://doi.org/10.7202/020117ar>

LE ROND-POINT DE LÉVIS

Étude sur la localisation des garages et stations de service

par

Gilles ROY

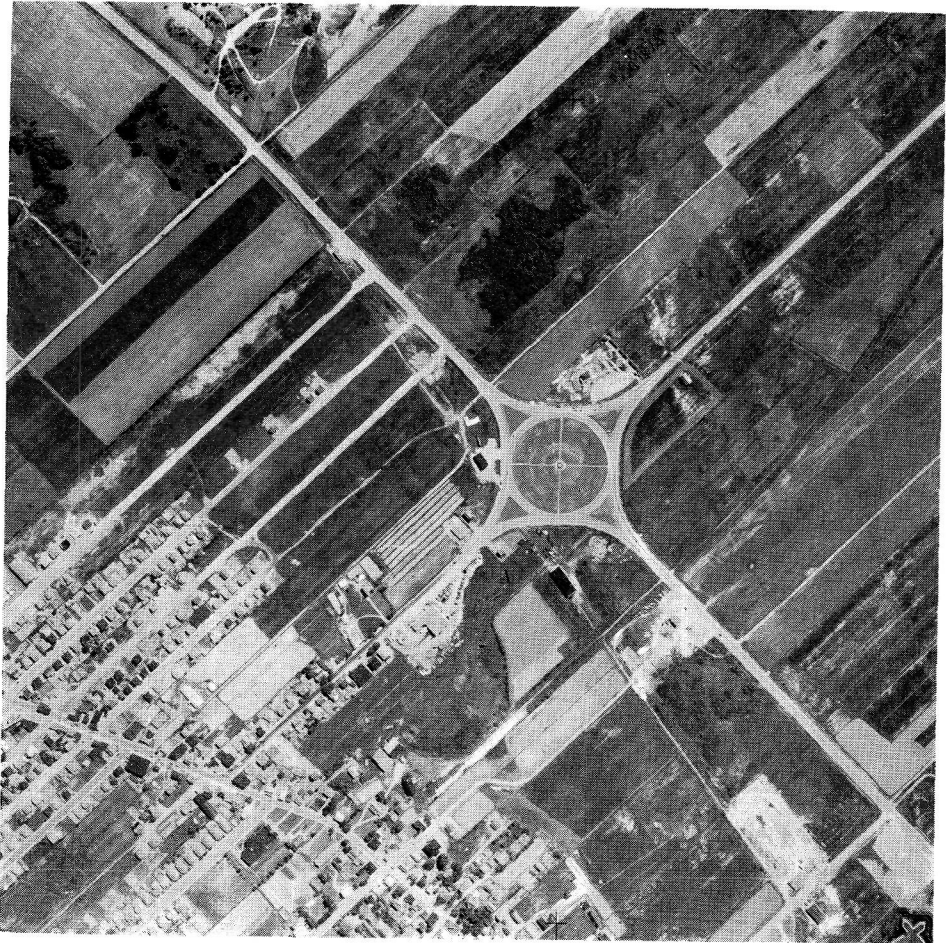
Bachelier en géographie, Université Laval, Québec.

Le Rond-Point de Lévis se situe au carrefour de deux routes importantes. La route est-ouest est un tronçon de la grande voie transcanadienne qui relie Montréal au Bas du Fleuve et aux Maritimes. Perpendiculaire à la précédente, la route nord-sud se dirige d'une part vers la Beauce et les frontières américaines (route n° 23, Lévis-Jackman), et de l'autre vers Québec via Lévis. Ce carrefour, qui commande un trafic considérable d'automobile et de camions, fut adouci en rond-point. Ses quatre branches contournent avec assez de lâcheté le monument du Souvenir en décrivant un cercle autour de ce dernier. Les contours sont de nouveau adoucis par quatre triangles, qui pointent à l'extérieur du cercle en direction des quatre voies. À proximité de ce carrefour à giration se pressent sept garages, vendeurs autorisés de différentes marques d'automobiles, dont quatre sont des unités fort imposantes avec salles d'exposition, de réparation, d'entreposage, de vente, de repos, poste de service, cafétéria, restaurant, salle de conférence à l'usage des vendeurs, bureaux. À ces grandes unités vente-service-réparation s'ajoutent cinq postes exclusivement réservés au service et à la vente de l'essence. De plus, à moins de deux mille pieds de distance du Rond-Point, mais à l'intérieur de la ville, s'élèvent trois autres stations de service qui figurent parmi la vingtaine de postes d'essence situés dans la cité de Lévis. Nous remarquons encore aux environs immédiats du carrefour cinq établissements directement intéressés à l'industrie de l'automobile, dont trois vendeurs de pièces détachées et une importante succursale de la compagnie *Canadian Tire Corporation* qui joint à la vente des pièces et accessoires d'automobile un service de réparation. Une douzaine de services et de commerces différents : hôtel, cabines, restaurants, salle de danse et de réception, vendeur autorisé d'instruments aratoires, compagnie de transport, entrepôts, fonderie et enfin une banque, qui est venue tout dernièrement s'installer près du Rond-Point, complètent le tableau. Cela porte donc à sept le nombre total des garages du type vente-service-réparation, à douze celui des stations de service et à vingt-huit le nombre total des différents services et commerces. À quelques milles à peine du Rond-Point, le long de la route Trans-Canada qui traverse la ville de Saint-Romuald d'Etchemin, s'est groupé un deuxième ensemble de garages-stations de service assez remarquable. Dans la direction opposée, aux limites de la ville de Lauzon, le phénomène se renouvelle, mais, cette fois, de façon beaucoup plus modeste. Cette concentration d'unités de ravitaillement à l'usage exclusif de l'automobiliste et du camionneur ne laisse pas de surprendre à première vue, surtout qu'elle s'est fixée aux abords d'une ville d'importance économique médiocre. Par contre, l'étude des causes de localisation démontre clairement la valeur stratégique et économique du Rond-Point.

CAUSES NÉGATIVES : LA TAXE FONCIÈRE ET LE ZONAGE

L'évaluation des terrains et les règlements de zonage n'ont pas été dans le cas présent des facteurs de localisation. En effet, la situation du Rond-Point de Lévis, légèrement en retrait de l'agglomération urbaine, peut faire croire que

PHOTO I

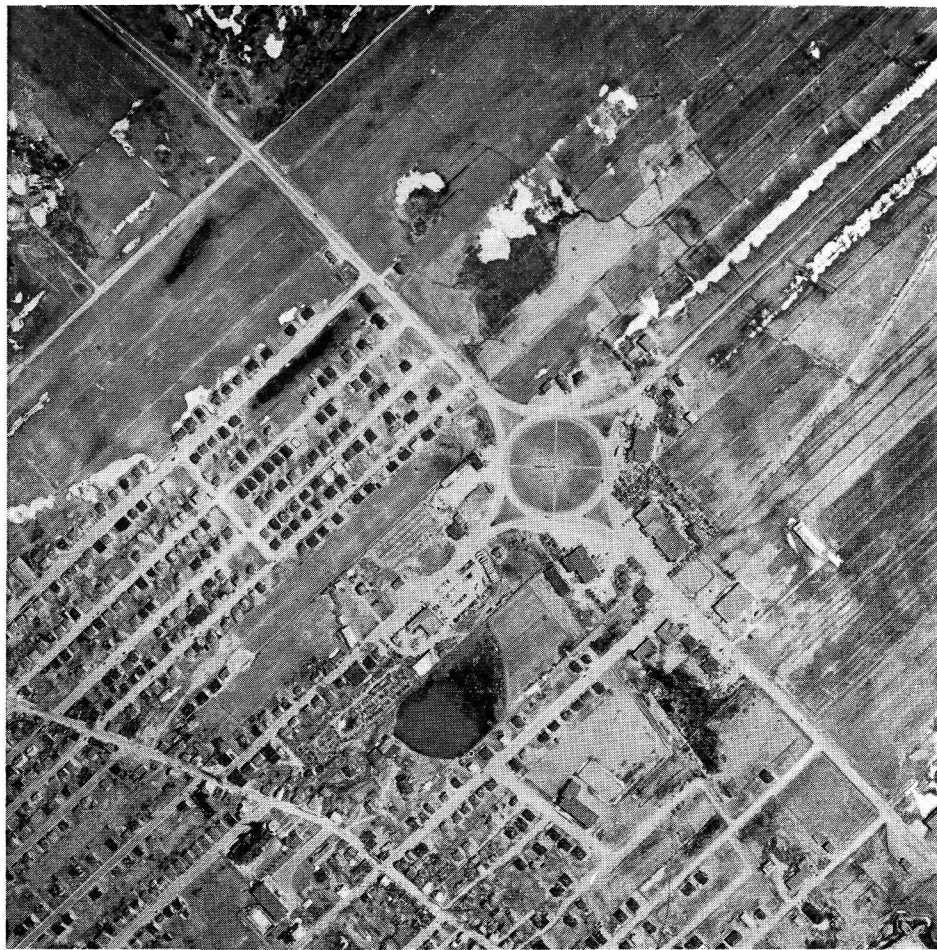


Le rond-point de Lévis en 1951. On distingue quelques établissements seulement. (photo C.A.R.C.)

les terrains qui l'environnent sont situés en dehors des limites de la ville ; il n'en est rien cependant, et ces limites s'éloignent très profondément au-delà du Rond-Point, bien que l'habitat ne couvre encore que le côté nord de la route Trans-Canada. L'évaluation foncière reste donc soumise au même taux qu'ailleurs

dans la ville de Lévis. De plus, si le garage avait été situé en dehors des limites de la ville, le client aurait bénéficié d'une diminution appréciable de la taxe de vente-automobile. Ce souci du vendeur envers le client n'a pas été non plus un facteur de localisation.

PHOTO II



(Photographic Surveys, Québec)

Le rond-point de Lévis en 1957. On voit déjà la concentration des établissements commerciaux qui n'était qu'amorcée en 1951. On remarque en même temps les progrès du lotissement de type résidentiel.

Le zonage n'a également rien à faire dans la concentration de garages et de postes d'essence au Rond-Point. Dans plusieurs villes canadiennes, les compagnies d'essence sont limitées dans le nombre de postes à construire et parfois même se voient refuser le permis de construction ou de simple réfection de leurs édifices, lorsque les villes jugent que leur localité compte un nombre suffisant de

garages et de postes d'essence.¹ Cette situation n'existe pas à Lévis. La ville n'a aucun pouvoir pour limiter le nombre des garages et des stations de service, et ne s'oppose à la construction de ces établissements dans aucune zone commerciale comprise dans les limites de la ville.

UNE NOUVELLE ROUTE : DE NOUVEAUX SITES

En décembre 1949, le gouvernement du Canada sanctionnait la loi sur la route transcanadienne qui devait s'étendre, sans interruption du littoral atlantique à celui du Pacifique, sur une distance totale d'environ cinq mille milles. Cette route, qui traverse de part en part les dix provinces du Canada, est devenue depuis dix ans la principale voie de circulation routière du pays. Le Rond-Point de Lévis est situé le long de cette grande artère commerciale et touristique, au point de rencontre de la route Lévis-Jackman, l'une des principales portes d'accès de Québec. De ce fait, le Rond-Point devient l'un des carrefours les plus stratégiques de la province. D'un côté, il draine la totalité du trafic automobile de l'est de la province et des Maritimes, qui doit nécessairement traverser le carrefour pour se rendre dans deux centres importants, Québec et Montréal. En contre-partie, tout le trafic du centre du Québec et celui de l'ouest canadien emprunte le même chemin pour atteindre l'est du pays. La presque totalité des touristes américains et canadiens qui se déplacent en automobile, et ce sont les plus nombreux, contournent le Rond-Point pour se diriger vers un des plus célèbres centres touristiques du Québec, la Gaspésie. Venant du sud, le trafic de la Beauce et une partie de celui des Cantons de l'Est aboutissent aussi à Lévis. La route Lévis-Jackman est de plus l'une des principales routes frontières canado-américaines. Enfin, la présence des traversiers, qui font quotidiennement la navette entre Québec et Lévis, fait qu'un bon pourcentage des visiteurs qui se rendent à Québec, soit pour leur plaisir, soit pour leurs affaires, bifurquent au Rond-Point de Lévis.

PREMIÈRE CAUSE : BESOIN D'ESPACE

En raison du flot d'automobiles et de camions qui allait sans cesse en augmentant, il fallait songer à accroître de façon équivalente le nombre des postes d'essence et des garages. Les terrains disponibles pour l'établissement de ces stations à l'intérieur des centres d'habitations se faisaient de plus en plus rares, sinon inexistantes. S'il en restait encore quelques-uns, leur superficie était très limitée et les prix de vente beaucoup plus élevés qu'aux limites sud de la ville. En outre, le gros du trafic se faisait de l'est vers l'ouest et ne pénétrait plus au centre de la ville comme cela était avant la construction de la route Trans-Canada ; le Rond-Point devenait alors tout désigné pour la localisation des postes d'essence et garages. D'autre part, depuis une dizaine d'années surtout, les compagnies qui distribuent la gazoline au Canada et aux États-Unis rivalisent dans le moder-

¹ JACOT, Michel, *Futures stations de service ; où faut-il les construire ?* Dans *Revue Imperial Oil* (édition française), février 1958, pp. 16 à 21.

nisme qu'ils apportent à leurs constructions. Ils ont besoin de vastes espaces et recherchent avant tout les intersections. Les différentes routes qui convergent vers ces intersections facilitent l'accès du poste d'essence. Les compagnies s'ingénient à construire leurs stations de manière à assurer au client le maximum de sécurité et placent à cette fin leurs réservoirs à gazoline le plus loin possible de la route, au fond d'une scène dégagée, ce qui assure un meilleur champ de vision et une vue libre de tous côtés. Le Rond-Point offrait l'avantage, vu l'absence d'habitations, de ces vastes terrains sur une distance assez considérable en plus de fournir quatre possibilités de localisation aux intersections, aussi avantageuses les unes que les autres. Le facteur espace a peut-être joué plus que tout autre dans la localisation des postes d'essence comme dans celle des garages. À la question : « Pourquoi vous êtes-vous situé ici plutôt qu'ailleurs ? » on répond invariablement : « Parce qu'il y avait de la place. » Il y a quelque dix ans, un premier garage s'est édifié, et parce que les « affaires marchaient bien » et qu'il y avait encore de la place, d'autres sont venus se joindre au premier.

DEUXIÈME CAUSE : LE MARCHÉ D'APRÈS-GUERRE

La création du Rond-Point et l'établissement des garages coïncidèrent avec les années d'après-guerre, c'est-à-dire la mise au rancart d'un nombre considérable de vieilles autos et l'expansion formidable que connut l'industrie de l'automobile. En effet, en 1946, la valeur des ventes de véhicules automobiles ne totalisait que 8.2% de la valeur totale du commerce de détail, au Canada. Dix années plus tard, les marchands de véhicules automobiles accumulaient plus de 20% des ventes du commerce de détail.²

TABLEAU I

<i>PRODUCTION ET VENTE DES VÉHICULES AUTOMOBILES AU CANADA EN « 000 » UNITÉS</i>				
	PRODUCTION		VENTES	
	Voitures	Camions	Voitures	Camions
1938	124	42	96	25
1946	92	80	78	42
1950	284	106	352	105
1951	283	133	276	110
1952	284	150	292	109
1953	360	121	359	103
1954	287	70	311	72
1955	375	79	387	80

² Chiffres tirés de la *Revue des Affaires* de la Banque de Montréal, 25 juin 1956, p. I.

Ce tableau de la vente et de la production des véhicules automobiles donne une excellente idée de l'état actuel de l'industrie de l'auto. La production de 1938 a considérablement diminué pendant les années de conflit et, en 1946, elle n'avait pu rattraper son niveau d'avant-guerre. En 1950, la demande d'automobiles devint excessivement forte, du fait de la longue privation des dix dernières années et de l'importance des revenus accumulés en Amérique du Nord, tant aux États-Unis qu'au Canada. La production et la vente de l'automobile se haussèrent de 92,000 et 98,000 unités en 1946 à 284,000 et 325,000 en 1952. En 1951 et 1952, la production demeura stationnaire tandis que la vente fléchissait de 25 à 30%. Cette baisse des années 1951-52 dans la vente de l'automobile est due à des restrictions sur le crédit à la consommation et à la hausse des droits d'accise sur les automobiles. Les restrictions levées, les productions et les ventes firent un nouveau bond en 1953. Cette dernière poussée modéra quelque peu la grande demande, et l'année 1954 accusa un léger fléchissement déterminé par une régression passagère. De nouveau en 1955, la production et les ventes étaient en pleine ascension. En moins de dix ans, la vente de l'automobile au Canada a presque quintuplé. Cet essor formidable a placé l'industrie de l'automobile au cinquième rang des industries canadiennes. La province de Québec a suivi, elle aussi, ce mouvement ascendant. En moins de vingt ans, le nombre des véhicules enregistrés est passé de 175,548 à 617,585.

TABLEAU II

VÉHICULES ENREGISTRÉS DANS LE QUÉBEC *				
	Autos de promenade	Taxis	Camions	Tous genres
1920	35,965	—	4,069	41,562
1930	140,802	7,019	27,820	175,548
1940	174,700	5,996	40,716	225,152
1950	287,657	15,154	102,689	433,701
1955	535,954	13,175	177,866	743,682
1956	611,753	17,841	195,535	844,827

* *Annuaire Statistique de la province de Québec, 1956-57, p. 470.*

Le tableau II démontre de façon évidente l'augmentation des véhicules qui roulent sur les routes du Québec. Les années 1950 à 1955 sont surtout significatives, alors que le nombre de véhicules de tous genres a presque doublé.

Les ventes de l'essence ont évidemment suivi la montée des ventes de l'auto. De 1948 à 1956, elles sont passées, dans la province de Québec, de 280 millions à 611 millions de gallons et, au Canada, de un milliard et demi à plus de trois milliards.

TABLEAU III

TOTAL DES VENTES BRUTES D'ESSENCE EN « 000 » GALLONS *		
	Canada	Province de Québec
1948	1,517,564	280,857
1949	1,683,617	304,139
1950	1,843,825	340,621
1951	2,045,288	372,853
1952	2,343,649	430,671
1953	2,548,696	456,460
1954	2,698,001	484,868
1955	2,902,470	545,070
1956	3,178,065	611,628

* Chiffres de 1948 à 1954 : *Annuaire du Canada*, 1956, p. 839 ; chiffres de 1955-56 : *The Motor Vehicle 1956*.

D'après des données de l'*Imperial Oil*, le nombre d'autos au Canada a augmenté depuis 1950 de soixante-dix pour cent et le volume des ventes de l'essence de quatre-vingts pour cent.

Le facteur remplacement qui s'attache à l'automobile contribue énormément au dynamisme de cette industrie. D'année en année, les modes changent, évoluent, les modèles sont de plus en plus attrayants, et à grands coups de publicité les compagnies persuadent le public que son *standing* social s'équilibre au modèle de son automobile. En outre, l'usure normale accentuée par l'imperfection de plus en plus grande de la fabrication, les accidents, etc., envoient chaque année des milliers d'unités, qui nécessairement doivent être remplacées, aux « cimetières de ferraille ». Les perspectives d'avenir du marché, qui se font de plus en plus convaincantes, viennent compléter de façon très encourageante ce tableau de l'industrie de l'automobile. Si le revenu personnel continue sa marche ascendante, on prévoit que le nombre d'automobiles au Canada s'élèvera à près de quatre millions et demi en 1965, accusant ainsi une augmentation de cinquante pour cent sur 1956.³

Considérant la montée en flèche des ventes d'automobiles et de carburant et les perspectives favorables de demain, il n'est pas surprenant que le nombre des vendeurs et des postes d'essence se soit multiplié, et que ce phénomène ait été particulièrement bien illustré dans la région de Québec par la concentration du Rond-Point de Lévis. Nous regrettons de ne pouvoir fournir de chiffres exacts sur le flot d'automobiles et de camions qui circulent nuit et jour sur cette section de la route Trans-Canada. Nous ne croyons pas qu'il en existe. Le trafic le

³ Chiffres tirés de la *Revue des Affaires* de la Banque de Montréal, 25 juin 1956, p. I.

plus significatif est celui des mois de mai à novembre. Des informateurs sérieux nous affirment qu'à des moments stratégiques de certaines fins de semaine d'été ils ont compté soixante-dix véhicules à la minute, voyageant dans les deux directions. À certaines heures du jour, les véhicules s'allongent en queue sur des milles de distance et, pendant les fins de semaine estivales, la route est nettement saturée.

Ken Walker, géographe à l'emploi de la compagnie Imperial Oil, conclue une étude sur la localisation des postes d'essence⁴ en affirmant que le succès d'une entreprise de ce genre exige que les résidents du voisinage comptent pour au moins 40% de la clientèle. Cependant, nous pouvons diminuer un peu ce pourcentage dans le cas présent. En effet, la vente d'essence aux étrangers compte ici, du moins pendant la belle saison, pour beaucoup plus. Le facteur tourisme intervient plus fortement puisque le Rond-Point se trouve sur la route de plusieurs centres touristiques dont Québec, Sainte-Anne de Beaupré, la Gaspésie, et qu'une importante route frontière y débouche.

TROISIÈME CAUSE : LA CONCURRENCE

La concurrence qui oppose les fabricants d'automobile et d'essence a aussi contribué à la multiplication des garages et des stations de service au Rond-Point de Lévis. Le principe *l'industrie attire l'industrie* se métamorphose en un *garage ou poste d'essence en attire un autre*. Une compagnie d'essence autorise d'abord l'établissement d'une de ses stations à un endroit donné. Si les compagnies concurrentes ne réagissent pas, ils verront bientôt le produit de la première compagnie envahir le marché de la région. Ils s'empressent alors de situer à proximité du concurrent initial un de leurs dépositaires, afin que le client ait toujours la possibilité de choisir et ne soit jamais forcé de s'alimenter à une seule enseigne. C'est dans cette vue que se sont groupées au Rond-Point les grandes compagnies d'essence : *Esso Imperial, British American Oil, Texaco, Shell, White Rose, Fina* et *Super Test*. La même idée s'applique à peu près de façon identique dans le cas des différentes marques d'automobile. Toutes les voitures qui roulent sur les routes canadiennes sont représentées : dépositaires *Ford-Monarch, Mercury-Lincoln, Chevrolet-Cadillac-Oldsmobile, Dodge-DeSoto, Chrysler-Plymouth, Pontiac-Buick*, etc. Grâce à ce choix complet centralisé au même endroit, le consommateur a toute liberté, et l'absence d'une marque d'automobile ou d'essence ne l'oblige jamais à faire usage d'un produit auquel il est moins intéressé parce qu'il ne peut faire autrement.

AUTRES CAUSES : MAIN-D'ŒUVRE ET POSSIBILITÉ D'EXPANSION

Le facteur main-d'œuvre ne revêt peut-être pas dans le cas présent une importance capitale, mais le fait qu'elle existait sur place a rendu beaucoup plus facile cette concentration d'établissements, surtout qu'elle était du même type.

⁴ *Revue Imperial Oil* (édition française), février 1958, p. 18.

La proximité du Québec métropolitain assurait une source où l'on pouvait puiser la main-d'œuvre spécialisée.

La probabilité d'expansion d'un terrain est un autre facteur considéré par les compagnies de pétrole lorsqu'elles autorisent la construction d'une station de service. Il arrive même parfois qu'une compagnie s'établisse en plein « désert » prévoyant un marché favorable dix ou quinze ans à l'avance. Mais ici, dès la création du Rond-Point, le marché existait, et l'expansion de la nouvelle zone centrée autour du carrefour ne faisait aucun doute. L'augmentation de la population dans la région de Lévis ne se fait pas à un rythme tellement accéléré. Elle est passée de 38,199 habitants en 1941 à 46,839 en 1956. La population de Lévis pour sa part s'élevait à 13,294 âmes à la fin de 1958, les institutions religieuses n'étant pas incluses dans ce chiffre. Cependant, depuis une dizaine d'années, l'expansion urbaine se fait essentiellement en direction du Rond-Point. Deux centres d'habitations comprenant une douzaine de rues se sont élevés depuis 1950, sept ou huit rues ont été prolongées de la rue Saint-Georges à la route Trans-Canada et un nombre à peu près égal ont été ouvertes, dans un rayon de moins d'un demi-mille autour du carrefour. Il y a quelques mois, la direction de l'Assurance-Vie Desjardins faisait connaître sa décision d'élever dans le voisinage immédiat du Rond-Point un édifice pour y loger ses bureaux, ce qui déclenchera sans doute une autre vague de construction de type domiciliaire.

CONCLUSION

La localisation des établissements du Rond-Point de Lévis correspond à la construction et au développement de l'artère la plus importante du pays et à une situation de carrefour. Une des branches de ce carrefour émerge vers un centre de 350,000 habitants qui, à lui seul, serait suffisant pour faire du Rond-Point une unité stratégique et économique. La construction des garages et des postes de service a, de plus, coïncidé avec la fin de la guerre, la mise au rancart des vieilles automobiles, une longue privation et un essor économique provoqué par l'accumulation des revenus des années 1939-45. La facilité de trouver sur place une main-d'œuvre spécialisée abondante a secondairement contribué à la formation de cette concentration. Enfin, l'économie du Rond-Point est associée à l'une des industries les plus dynamiques du xx^e siècle et à une mentalité américaine qui veut que l'automobile ne soit pas un luxe mais une nécessité. C'est ce qui rend possible la survie d'un aussi grand nombre de postes d'essence et de garages localisés au même endroit.
