

tion non maîtrisée est l'introduction de « bruit de fond », pour ainsi dire, dans la transmission de l'information par les prix. Si le prix du bois augmente, par exemple, les producteurs de bois ne peuvent pas savoir si c'est parce que l'inflation fait augmenter tous les prix ou bien parce que le bois subit une augmentation de la demande ou une diminution de l'offre par rapport à la situation antérieure à la flambée des prix. L'information la plus importante pour l'organisation de la production est celle qui concerne des prix *relatifs* — le prix d'un article comparé au prix d'un autre. Une inflation élevée, et surtout une inflation extrêmement variable, noie cette information dans un bruit de fond, et lui fait perdre toute signification.

Les stimulants

La transmission efficace d'une information juste est gaspillée si les gens concernés n'ont pas un stimulant qui les pousse à agir, et à agir correctement, sur la base de cette information. A quoi sert au producteur de bois d'apprendre que la demande de bois a augmenté, si rien ne le stimule à réagir à la hausse du prix du bois en en produisant davantage ? Une des beautés du système de la liberté des prix c'est que les prix véhiculant l'information fournissent à la fois un stimulant à réagir à cette information et les moyens de le faire.

Cette fonction des prix est étroitement liée avec la troisième fonction — déterminer la répartition du revenu — et ne peut pas être expliquée sans faire intervenir cette fonction. Le revenu du producteur — ce qu'il retire de ses activités — est déterminé par la différence entre le montant qu'il reçoit de la vente de ses produits finis et le montant qu'il dépense pour les produire. Il compare l'un à l'autre et détermine sa production de telle manière que produire un peu plus n'augmente pas davantage ses dépenses que ses recettes. La hausse du prix fait varier cette marge.

En général, plus le producteur produit, et plus le coût de production est élevé. Il doit avoir recours à des bois provenant de terrains moins accessibles, ou moins favorables à d'autres égards ; il doit engager des travailleurs moins qualifiés ou payer des salaires plus élevés pour attirer des ouvriers qualifiés travaillant dans d'autres entreprises. Mais la hausse du prix va maintenant lui permettre de supporter ces dépenses plus importantes — elle le stimule donc à accroître sa production, et ses *moyens* de production.