

Les magasins de détail s'apercevront qu'ils vendent davantage de crayons. Ils commanderont donc davantage de crayons à leurs grossistes. Les grossistes commanderont davantage de crayons aux fabricants. Les fabricants commanderont davantage de bois, de cuivre, de graphite — davantage de tous les produits utilisés dans la fabrication des crayons. Pour induire leurs fournisseurs à produire davantage de ces matières, ils devront leur offrir des prix plus élevés. Les prix plus élevés induiront les fournisseurs à accroître leur main-d'œuvre pour faire face à l'accroissement de la demande. Pour attirer davantage d'ouvriers, ils devront offrir des salaires plus élevés ou de meilleures conditions de travail... Ainsi, la vague s'étend en ondes concentriques de plus en plus larges, transmettant aux gens, partout dans le monde, l'information qu'il existe un accroissement de demande pour les crayons — ou, pour être plus précis, pour tel ou tel produit qu'ils sont amenés à produire, et ce pour des raisons qu'ils peuvent ignorer et qu'ils n'ont pas besoin de savoir.

Le système des prix ne transmet que l'information importante, et uniquement aux personnes qui ont besoin de la connaître. Les producteurs de bois, par exemple, n'ont pas à savoir si la demande de crayons a augmenté en raison d'un accroissement des naissances ou parce que 14 000 imprimés officiels de plus doivent être remplis au crayon. Ils n'ont même pas à savoir que la demande de crayons a augmenté. Tout ce qu'il faut qu'ils sachent, c'est que quelqu'un accepte de payer le bois plus cher, et que cette augmentation du prix durera probablement assez longtemps pour que cela vaille la peine de satisfaire la demande. Ces deux éléments d'information sont fournis par les prix du marché — le premier par le prix au comptant, le second par le prix à terme.

Un des problèmes majeurs de la transmission efficace de l'information, c'est de s'assurer que toute personne susceptible d'utiliser cette information la reçoit sans qu'elle reste emprisonnée dans les tiroirs de personnes ne pouvant en faire aucun usage. Le système des prix résout automatiquement ce problème. Les gens qui émettent l'information ont intérêt à rechercher les gens qui peuvent l'utiliser, et ils sont en mesure de les trouver. Le fabricant de crayons est en contact avec les gens produisant le bois qu'il utilise. Il est toujours à l'affût d'un nouveau fournisseur susceptible de lui offrir un meilleur produit, ou un prix plus bas. De même, le producteur de bois