

Cette formule, d'ailleurs quantitative elle-même, met vigoureusement en relief l'existence du *tertium quid*, moteur à la fois des fluctuations de prix et des variations monétaires.

Ici l'écrivain britannique rejoint complètement la théorie de M. Af-talion, telle que celui-ci l'exposa dans son ouvrage sur les crises.

« Optimisme » ou « pessimisme des affaires », c'est ce que l'auteur français appelle la hausse ou la baisse de l'utilité finale des marchandises, c'est-à-dire les variations de l'élément essentiellement *subjectif* de nos jugements de valeur. Ainsi, contrairement aux conclusions du Pr Schmalenbach et de la théorie du « bilan-or », les fluctuations des prix ne sont pas toutes créées par des influences monétaires, mais au contraire morales et dont on pourrait dire par une approximation suggestive de langage, qu'elles viennent « du côté de la marchandise » (« von der Wareseite her »).

Mais en réalité, elles proviennent du désir humain et de ses variations.

On voit ainsi l'erreur des corrections comptables d'après les fluctuations de l'indice général des prix.

Elles reposent d'abord sur ce postulat : la *valeur de la monnaie* est toute entière formulée par sa *puissance d'achat*, au point que ces deux expressions sont synonymes ; à l'imprécision de l'une, on peut avantageusement substituer la netteté chiffrée de l'autre, puisque la notion fuyante de valeur est remplacée par celle de prix, susceptible de cotations objectives et dont on peut mesurer les mouvements d'ensemble par l'indice général. Nous verrons, dans le chapitre suivant, les réserves que nous croyons devoir formuler à cet égard.

En outre, le système des corrections comptables procède comme si les fluctuations du niveau des prix provenaient uniquement des variations de la valeur de la monnaie. Au point de vue du raisonnement, c'est une évidente tautologie ; d'après la théorie, les deux termes se définissent l'un par l'autre, comme nous venons de le voir. Mais l'expérience mine cette construction idéale. Au delà des arguments historiques que nous venons de rappeler, nous sera-t-il permis de faire allusion aux idées précédemment exprimées pour écorner la notion du « Capital, mètre des entreprises » ?

Si l'on remarque bien en effet, ce n'est pas assez, pour admettre ce système de mesure (stable) des valeurs, de croire à l'identité fondamentale de la consommation et de la production. Pareille formule, si on la presse, n'a pas de sens. Ce qu'il faut déterminer, essentiellement, c'est le prix auquel pourrait se réaliser cette harmonie ; pour s'en convaincre, imaginons seulement l'hypothèse où les