Section III. — *Des ventes et achats.*

§ Ier. — Des principes des ventes et achats.

Un agriculteur qui produit pour son propre compte n'est pas seulement un entrepreneur d'industrie, c'est encore un *marchand de denrées agricoles*, qui souvent ne se contente pas de vendre ses propres denrées, mais spécule en outre sur les denrées créées par d'autres et cherche ainsi à réaliser des bénéfices en dehors de la production par des combinaisons plus ou moins heureuses suivant sa sagacité et son intelligence.

L'agriculteur doit donc, indépendamment de ses connaissances dans l'industrie qu'il exerce, avoir l'habileté du négociant et l'expérience du marchand ; et, à ces divers titres, il importe que celui qui administre un domaine connaisse les phénomènes sociaux qui se manifestent dans la vente et l'achat des produits de toute espèce.

La *vente des produits du domaine* est une des fonctions dévolues à l'administrateur. C'est la conclusion de toutes les opérations agricoles, celle qui complète le cercle de la production, démontre si on a conduit avec habileté ces opérations, révèle souvent les vices d'une méthode ou d'un mode d'administration, fait rentrer annuellement le capital de roulement augmenté des bénéfices industriels de l'entrepreneur, et constate enfin d'une manière prérémptoire l'étendue de ces bénéfices. Mais il ne faut pas échouer au port, et, après avoir conduit toutes ses opérations avec prudence et sagacité, perdre par négligence ou par l'ignorance des premiers principes du commerce les fruits de son travail et de son industrie. La vente des produits d'un domaine est donc une opération dans laquelle on ne saurait apporter trop de sagacité, de prudence et d'activité.

Témoins des chutes multipliées et des revers qui ont été la conséquence de spéculations entreprises par des fermiers, beaucoup d'agronomes ont fait observer que *l'agriculteur prudent ne devrait jamais se faire spéculateur* en denrées agricoles ; que les chances dans ce genre d'industrie, qui en réalité est en dehors de l'agriculture proprement dite, étaient trop incertaines et trop variables pour ne pas porter la perturbation dans un établissement ; que les risques qu'on court, comme toutes les choses qui présentent quelque apparence aléatoire ou d'un jeu, finissent par dominer l'esprit de celui qui s'y abandonne ; que, dans cet état, un agriculteur tout entier adonné au soin de ses spéculations ne pouvait plus apporter la même activité ni la même attention à l'exploitation de son domaine ; enfin, qu'il devenait plutôt un marchand de denrées qu'un agriculteur. Ces observations nous paraissent exactes, et nous pensons aussi qu'un administrateur prudent se bornera simplement à spéculer sur les produits qu'il a créés lui-même ; cette sorte de spéculation offre déjà des chances assez multipliées sans les grossir par des achats et des ventes sur des produits autres que ceux du domaine, et sans s'exposer aux innombrables mécomptes que présentent les prix courans et les mercuriales, et la solvabilité ou la mauvaise foi des autres spéculateurs. C'est bien assez d'ailleurs que toutes les opérations de l'agriculture ne soient, pour ainsi dire, qu'une sorte de spéculation, où on achète des services productifs qu'on paie les uns en argent et les autres en nourriture, en entretien, en logement, et en soins divers ; car toute opération agricole n'est, en définitive, qu'une spéculation dont tout le secret est de donner le moins pour recevoir le plus.

Puisque dans la plupart des établissemens agricoles il y a toujours une quantité considérable de produits créés qui ne peuvent être consommés par le maître, les serviteurs, les bêtes de trait ou de rente, ou les fabriques industrielles, il devient indispensable de *proposer ce surplus à d'autres consommateurs*. Or, on ne peut abandonner à ceux-ci la jouissance ou l'usage de ces produits que s'ils consentent à donner en *échange* un autre produit qui convienne à l'entrepreneur. C'est cet échange de produits qu'on nomme *vente et achat*.

Un produit n'a de valeur échangeable qu'autant qu'il a de l'utilité aux yeux de celui qui veut l'acquérir ; l'échange sert donc à constater la *valeur d'utilité des choses*. Pour comparer et évaluer l'utilité des choses on se sert ordinairement d'un certain nombre de pièces de *monnaie*, parce que la monnaie est un produit dont la valeur, c'est-à-dire la quantité de chose qu'un nombre déterminé de pièces de monnaie peut acquérir, étant généralement connue, paraît sous ce rapport éminement propre à ces sortes d'évaluations.

La valeur d'échange des choses est de sa nature perpétuellement variable ; elle change avec les lieux ou d'un moment à l'autre, et rien ne peut la fixer définitivement parce qu'elle est fondée sur des besoins et sur des moyens de production qui peuvent varier à chaque instant, et suivant des circonstances infiniment multipliées.

Une des causes principales qui tendent surtout à faire varier la valeur des produits dans une localité, c'est la *facilité des débouchés*, ou moyens d'effectuer l'échange réciproque des produits créés. Les débouchés sont d'autant plus vastes, plus faciles et plus variés que les producteurs dans un pays sont plus nombreux, plus actifs, plus riches, et les objets échangeables plus variés ; que la civilisation fait éprouver à la population des besoins qu'elle est par son industrie en état de satisfaire ; que les objets sont produits à moins de frais ; que les moyens de transports y sont plus étendus, plus variés, plus sûrs et moins dispendieux ; que des mesures administratives n'y entravent pas la production, la libre circulation, et la consommation des produits, etc.

§ II. — Du prix courant et des marchés.

La quantité de monnaie pour laquelle on trouve communément à acheter ou vendre un produit quelconque constitue son *prix courant*. Le prix courant d'une marchandise suppose toujours, dans les transactions du commerce, une quantité fixe de cette marchandise et une qualité déterminée. Ainsi, quand on dit que le froment était, en février 1835, à 26 fr. sur le marché de Paris, cela signifie qu'un hect. de froment de 1re qualité s'échangeait contre cette somme à cette époque à la halle aux blés de Paris.

Le prix originaire d'un produit est d'abord basé sur les *frais de production*, et, quand ces frais de production ont déterminé le taux le plus bas auquel la création de ce produit peut être entreprise et poursuivie avantageusement, ce taux, combiné avec l'utilité propre du produit ainsi qu'avec le nombre, la richesse, les besoins des consommateurs, détermine la *quantité de ce produit* que le public demande et par conséquent la quantité qu'on peut créer avec profit.

Quand un produit est cher, c'est-à-dire quand il ne peut être créé qu'avec de *gros frais de production*, la demande qu'on en fait est moindre, puisqu'il n'y a qu'un nombre limité de consommateurs qui peuvent le payer, et réciproquement lorsque, par des moyens perfectionnés de production, les *produits baissent de prix*, leur consommation s'accroît dans une proportion bien plus rapide que la diminution des prix.

Plus un produit est demandé, plus les services qu'on consomme pour sa production deviennent d'a-