

Un coup décentré.

En évitant les sentiers battus par les Titlests et autres Callaways du monde entier, Tom Wishon, le fabricant non-conformiste de clubs de golf a transformé son entreprise établie à Durango en une force dominante de l'industrie du marché. (Texte et photos par Chris Duthie.)

Sa ressemblance avec le Docteur Emmett Brown, l'inventeur aux yeux égarés, qui voyage dans le temps, interprété par Christopher Lloyd dans la trilogie Retour Vers le Futur est vraiment troublante. Cette crinière défiant tout chapeau, ces sourcils revêches, le sourire espiègle et le regard pénétrant – tout y est, à l'exception des cheveux d'un blanc fantomatique et du condensateur au flux de plutonium.

La comparaison avec le scientifique fou va comme un gant à Tom Wishon, le renommé et toujours rebelle créateur de matériel de golf qui, pendant les 34 dernières années a donné la fessée avec zèle à l'industrie quelque peu pharisaïque de la fabrication de clubs de golf. Au cours du processus, il a été reconnu comme l'un des experts les mieux informés et les plus recherchés au monde. Peut-être que, pour vous, le nom de cet homme de 56 ans compte à peine, pourtant, si vous jouez au golf, il vous connaît. Et vous pouvez parier votre adhésion à l'USGA que les gros bonnets du golf – Titlest, Callaway, PING, Taylor Made, Cleveland, Nike, Adams, Mizuno – connaissent Tom Wishon.

Et pas de doute. Son curriculum vitae sans pareil est éloquent :

- le design et la fabrication sur mesure de clubs pour les plus grands noms du golf, dont, notamment, Harvey Penick, Payne Stewart, Ben Crenshaw, Scott Verplank, et Bruce Lietzke ,
- la création de 54 premières dans le matériel, incluant le premier driver en alliage de titane, qualité bêta, introduit aux Etats-Unis,
- l'enseignement dans à peu près 200 écoles de clubs sur mesure et plus de 2 500 clubs makers,
- 13 ans de participation au comité technique de Golf Digest ;

- l'édition de huit livres et de plus de 200 articles de magazines concernant la fabrication de clubs, la technologie du shaft et le sur mesure.

« Tom est un type très loyal et d'une grande réputation, » explique l'auteur, historien du golf et ancien éditeur du « Golf Illustré » d'Al Barkow. « Et c'est une réputation qui est bien méritée. » Ces sentiments sont partagés par l'éditeur de Golf World Equipment, E. Michael Johnson :

« Wishon est franc, ce qui est très agréable, c'est quelqu'un qui est passionné par son activité, » dit-il. « Tom est l'un des penseurs les plus en pointe du golf et qui sort le plus possible des sentiers battus. L'expertise technique de cet originaire de Greeley est tellement complète qu'il y a six ans de ça, Titlest lui a offert un salaire à six chiffres, une équipe de 30 ingénieurs et un titre confortable de vice président de la R&D. Qu'il repousse cette offre tombée du ciel et crée ensuite, à Durango, sa propre entreprise d'ingénierie de la tête de club de golf et du shaft , a suscité d'innombrables comparaisons avec le capricieux Docteur Brown : Wishon a son franc parler et met le feu , souvent au détriment et au désespoir des plus grandes entreprises du secteur.

« Ma femme et moi sommes arrivés à Durango à l'automne 2001, et sommes tout simplement tombés amoureux de l'endroit, » rappelle Wishon, expliquant que la nature de son activité lui permet de vivre n'importe où, à condition que FedEx livre régulièrement. « Maintenant nous vendons mes composants, tête de clubs, shafts et des grips, partout dans le monde. » Tom Wishon Golf Technology comprend un atelier de R&D de 650 mètres carrés et un entrepôt de composants dans le quartier en plein essor de la ville, Grandview, ainsi qu'une activité toute nouvelle de sur mesure au club de golf de Dalton Ranch , juste au nord de la ville.

Et tenter de faire la différence par le poids de la marque n'est pas un substitut pour les penseurs de ces entreprises. Wishon continue de distancer les Titlests et autre Taylor Made à partir de son modeste atelier, mais néanmoins parfaitement bien équipé atelier. Il est armé jusqu'aux dents avec tous les trucs imaginables : un simulateur, un putting SAM Put lab, une machine qui calcule le MOI (moment d'inertie) des club un mécanisme de spécifications de machine verte, deux ordinateurs portables, ainsi qu'un robot imitant votre swing de 35 000 dollars. Cependant, ce « vieux dinosaure », c'est ainsi qu'il se décrit, crayonne toujours lui-

même sur le papier chacune de ses innovations, refusant les programmes informatiques CAD/CAM utilisés par ses concurrents aux investissements massifs..

Les capacités surprenantes de Wishon se matérialisent par de nouveaux ordres de designs passés à ses fabricants de composants de confiance, ouvriers taiwanais de renom travaillant avec Wishon depuis le début des années 1990 et qui transforment ses dessins et ses maquettes d'époxy en formes travaillées. Ensuite, c'est à une fonderie taiwanaise classée dans les meilleures (et où beaucoup de têtes de clubs des marques les plus connues sont fabriquées) qu'est confiée le soin de fondre ou forger le produit final. « La création d'une nouvelle tête de club peut prendre jusqu'à 16 mois », explique-t-il. « Parfois, nous devons faire trois ou quatre pré-séries, avec des allers-retours jusqu'à Taiwan, avant de décider que le produit est bon à mettre sur le marché. »

C'est un processus vaste et coûteux, aussi Wishon se doit-il d'assurer qu'un nouveau produit aura une durée de vie de plusieurs années afin d'amortir l'investissement. « La pire chose qu'il puisse arriver est lorsqu'un modèle échoue après sa première année, » dit-il. « C'est déjà arrivé. Une fois. C'était un driver avec un bras à poids interne rotatif conçu pour contrôler le vol de la balle. Il fallait quand même que je le fasse parce que c'était trop cool, mais il s'est révélé être trop coûteux pour que nos clubs makers puissent le vendre. »

Puis viennent les coûts de production, de mise en vente et de présentation du produit final. Des dizaines de milliers de têtes de clubs, de shafts et de grips sont entreposés sur place et pris en charge par 13 employés, y compris Tom Wishon, qui vend exclusivement ses composants à des fabricants indépendants en Amérique et dans le reste du monde.

Le sur-mesure est une autre passion de Wishon – il a écrit plusieurs livres sur le sujet- et à partir de cet été, les golfeurs peuvent prendre rendez-vous avec lui (par le biais du Club de Golf Dalton Ranch à Durango) pour des analyses minutieusement détaillées de leurs swings et de leurs putts. Il utilise ensuite ces informations pour assembler des clubs personnalisés pour chaque golfeur. Ce qui frappe, c'est les prix abordables : un ensemble de 14 clubs signés Wishon, (driver, bois de parcours, fers, wedges et putter compris) ne coûte pas plus qu'une série de marque grand public vendue dans un magasin spécialisé – environ \$ 1,500 - \$ 2,000, incluant le fitting de 90 minutes.

La route bifurque

Le route jusqu'à Durango de Wishon a été un parcours remarquable. Après une impressionnante période de golf en tant que junior au Greeley Central High School, il forma l'escouade des bizuths à l'Université du Nebraska, mais se fit mettre à la porte pour avoir refusé de se couper les cheveux. « C'était en 1968 , et j'avais presque 17 ans après avoir sauté une classe au lycée », se souvient-il. « A ce moment là, j'ai abandonné le golf jusqu'à ce qu'une grande gueule me défie lors de ma dernière année. Le jour suivant, nous disputons le « match de la rancune brûlante » pour 20 dollars. J'ai fait 77 alors que je n'avais pas joué pendant presque trois ans. J' ai botté les fesses de ce type et ai chopé à nouveau le virus du golf. » L'avait-il jamais perdu ?. Après son diplôme, il gagna rapidement sa carte de membre de la Professional Golf Association (PGA) des Etats Unis d'Amérique et apprit à réparer et à travailler les finitions des clubs au neuf trous historique du Mill Valley Golf Course près de San Fransisco. C'est là que le jeune Wishon – un fervent adorateur des concerts de rock n roll, et qui aura besoin plus tard d'aides auditives aux deux oreilles- eu le déclic instantané et rencontra son destin après avoir été invité à une session en studio avec le légendaire groupe de jazz de Steve Miller.

« Steve avait une maison et un studio d'enregistrement juste au bord du premier green du parcours », rappelle Wishon. « Quand il n'était pas parti en tournée, lui et ses potes de la bande – tous d'excellents golfeurs – descendaient jouer de leur Fender et traînaient dehors, tout simplement. Steve venait juste de signer un contrat avec Capitol Records, et il avait besoin d'un batteur. Il a découvert que je savais faire, et il m'a demandé de passer et de m'essayer à quelques pistes. »

On entend Wishon sur le dernier couplet de « Mercury Blues », l'album emblématique de la génération Miller, « The Joker ». Cependant, ses espoirs de jouer de la musique professionnellement prirent fin lorsque Miller suggéra, en termes voilés, que Wishon ferait mieux de se consacrer uniquement à son job habituel. « Il m'a dit : « Tom, tu es un bon batteur, mais tu n'es pas un si bon batteur. Tu devrais rester dans le golf. » J'étais complètement abattu, mais au moins, j'avais eu mes 15 minutes de gloire. »

Wishon continua à dépasser sa limite Wahrolienne, dans une autre branche. En 1980, son affaire en pleine ébullition de réparation de clubs de golf le mena à se lier d'amitié avec le célèbre fabricant de clubs Ralph Maltby, qui l'engagea comme vice président des ventes dans sa nouvelle entreprise de composants Maltby, GolfWorks. Six ans plus tard, Wishon devint

président du géant Dynacraft Golf Products. Puis, en 1993, il déménagea à Austin, au Texas, pour un poste de vice président en charge de la technologie en chef de Golfsmith, poste qu'il occupa 9 ans.

L'énigme Verplank

C'est alors qu'il était chez Golfsmith que Wishon dessina et assembla les clubs de Scott Verplank, 5 fois gagnant du PGA Tour, également vainqueur du championnat EDS Byron Nelson d'Avril dernier. « Scott avait la plus fine perception du toucher du club que quiconque avec qui j'avais déjà travaillé », rappelle Wishon. « Malheureusement, il s'était blessé aux deux coudes et insistait pour jouer des shafts graphite afin de refroidir la vibration du club ».

« A chaque fois que je lui fabriquais une série de clubs, il y en avait toujours trois ou quatre qu'il n'aimait pas à cause de leur toucher à l'impact, et je devais souvent refaire ces clubs plusieurs fois avant qu'il nous donne son accord. Pensant qu'il devait y avoir une meilleure méthode, j'ai commencé à m'intéresser à la rigidité plutôt qu'à la longueur totale du shaft, à une période où l'industrie estimait la raideur du shaft avec une mesure seulement. »

C'est là que Wishon découvrit que les shafts produits en masse présentaient des variations perceptibles (par les meilleurs joueurs) de l'un à l'autre. Aussi, inventa-t-il un système d'analyse et de mesure de rigidité rudimentaire à 2 points critiques – la poignée et l'extrémité (le « tip »). Après une analyse approfondie de plus de 100 shafts graphites fournis par un fabricant, il était capable d'en identifier seulement 10 qui étaient homogènes.

« Juste avant le MasterCard Colonial Invitational de 1999 », explique Wishon, « j'ai apporté les fers à shafts harmonisés à Scott sur le practice, et après avoir frappé des balles avec chaque club, du wedge au fer 2, il m'a dit, « Ils sont tous parfaits. Ils ont tous le même toucher. » C'est là que j'ai compris que nous devions commencer à mesurer le profil de courbure de tout le shaft, et pas juste la poignée et le tip. »

Huit ans plus tard, la plupart des plus grandes marques mesurent toujours la rigidité du shaft à partir d'un point. Wishon, lui, mesure et crée désormais des shafts en utilisant un système à sept points.

Prendre soin de son affaire

Travailler avec Verplank devint une expérience de pierre de touche pour Wishon. Sa frustration des « séries imparfaitement assorties » était encore aggravée par les géants de l'industrie, appelés OEMs, (« Original Equipment Manufacturers », c'est-à-dire « Fabricants d'équipement original »), qu'il considère comme des gribouilles du golf puisqu'ils vendent des séries standard avec peu, si ce n'est aucune, considération pour la taille, la vitesse de swing, la souplesse, le niveau de compétence, le swing d'un golfeur, ou tout autre facteur déterminant.

« Un des mes pires cauchemars. » dit-il, « c'est le driver standard sorti tout droit des rayons d'un magasin, et qui mesure entre 45 et 46 inches de long. Mais la longueur moyenne d'un driver sur le PGA Tour au cours des deux dernières années était 44,5 inches. Ce sont les meilleurs swings de la planète, des joueurs qui pourraient obtenir plus de vitesse et de distance de tête de club à partir d'un shaft plus long, mais ils n'y parviennent pas, parce qu'ils ne peuvent pas, alors, frapper la balle bien centrée aussi souvent, et ils ne peuvent pas la garder en jeu non plus. »

Wishon déplore que même les battes de baseball et les raquettes de tennis donnent à leurs passionnés plus d'options que celles des clubs de golfs tout droit sortis des rayons. « Les entreprises de battes de base ball offrent une grande variété de longueurs manche, de tailles, de couvertures bois, grips et matériaux pour leur battes, et vous pouvez organiser aussi votre jeu de tennis avec des tailles de raquettes, des grips, de matériaux et des cordages spécifiques. »

Wishon maintient que ce n'est pas de la tarte de trouver des clubs sortis des magasins qui répondent aux besoins spécifiques de chaque golfeur, et pour les femmes c'est « 10 fois plus compliqué ». Pourquoi ? C'est une simple question de décisions guidées par le profit des entreprises. « Il n'y a pas de fabricant d'équipement original (OEM) dans l'industrie du golf qui obtienne plus de 10 % de ses revenus grâce à ses ventes de clubs aux seniors et aux femmes », dit-il. « Alors, si vous êtes le PDG d'une entreprise de golf de 500 millions de dollars, et que vous dites que seulement 10 % de votre activité sont destinés aux femmes, combien de modèles allez-vous autoriser votre personnel à développer dans ces domaines ? »

Wishon donne la réponse – le Saint Graal du golfeur – réside dans le sur mesure, qui augmente les éléments de choix du joueur de un ou deux à plusieurs dizaines. Oui, dizaines. Avec le sur mesure, les golfeurs de toutes compétences, âges et limites, ont accès à une

variété de shafts (acier, graphite) au flex et poids variable, un énorme étalage de grips, et une véritable corne d'abondance de têtes de club (fers, bois, hybrides), des lies et des lofts adaptés, et des wedges et putters sur mesure.

Ces options se traduisent fréquemment par des possibilités sensiblement accrues pour que les golfeurs de mieux jouent mieux et mieux scorer – à partir de n'importe quel index, de 3 à 10 points. « Mes clubs et les clubs de beaucoup d'autres entreprises similaires à la mienne, ne sont pas fabriqués 100 000 fois avec les mêmes spécificités, » écrit Wishon dans son livre, *A la Recherche du Driver Parfait*. « Ils sont assemblés un par un, selon vos exigences, par un bon club maker. Ils ne correspondent pas au standard « une taille pour tous ». Mais plutôt au schéma « un club, un client, un club maker. » »

En dépit de son personnage décalé, le gamin de Greeley nous rendu à tous un grand service, y compris à ces « grandes boîtes » fabricantes de clubs qui dépendent de la croissance continue du jeu. Retour vers le futur ? Accrochez votre chariot à la DeLorean virtuelle de Tom Wishon – ça va être un voyage d'enfer.