

Europeana Fashion: passato, presente e futuro

Marco Rendina - Marta Franceschini

European Fashion Heritage Association

Il contesto

La moda è una parte importante del nostro patrimonio culturale europeo. Permea diverse sfere della nostra vita, dall'economia alla psicologia, alla società e alla cultura. Per questi motivi, la moda è un argomento accuratamente studiato da specialisti e il *know-how* degli esperti è necessario per comprenderne i risultati materiali e gli effetti concettuali. La natura degli oggetti di moda è duplice: sono beni di consumo ma anche il risultato materiale di una riflessione, di un progetto; sono un prodotto di creatività e artigianalità e possono essere considerati artefatti significativi da preservare e diffondere. Inoltre, considerata come una disciplina a sé stante, la moda sta sviluppando sempre più legami interdisciplinari con altri campi della conoscenza ed è riconosciuta come un importante sistema culturale con una dimensione storica consolidata. La moda occidentale, e soprattutto la moda europea, ha un ruolo centrale nella comprensione del valore culturale, economico e sociale dell'“apparire”. La moda è anche un settore culturale ed economico in cui l'Europa riveste storicamente un ruolo fondamentale. È centrale, in questo contesto, valorizzare questo patrimonio europeo per sfruttarne il potenziale, sia come fonte per nuovi studi legati alle scienze sociali, sia come materiale di ispirazione per chi opera nell'industria creativa - studenti, designer e curatori in testa - o anche per la produzione di mostre in grado di comunicare l'importanza storica e culturale del patrimonio europeo della moda ad un pubblico ampio e diversificato. Lo sviluppo e l'applicazione di nuove tecnologie per organizzare analiticamente la grande quantità di materiale digitale legato alla moda è quindi fondamentale per preservarlo, renderlo più accessibile e comprensibile per un pubblico vario e per gli usi più diversi.

Dall'inizio del XX secolo, alcune delle più importanti istituzioni culturali e musei di arti applicate in Europa hanno iniziato a raccogliere, conservare e valorizzare oggetti legati alla moda, in particolare capi e accessori, sia storici che contemporanei, e materiali cartacei. Ciò ha portato alla costituzione di un numero crescente di collezioni preziose e uniche, sia pubbliche che private, di grande valore rispetto alla storia sociale e alla cultura materiale.

Negli ultimi anni un pubblico sempre più ampio ha sviluppato un crescente interesse per i contenuti legati alla moda, per i motivi più diversi: ricerca, studio o

semplice svago. La digitalizzazione e l'accesso online si sono rivelati fondamentali per consentire a molte istituzioni di sfruttare appieno il loro patrimonio. Inoltre, Internet è diventata la principale fonte di informazioni per il mondo e l'industria della moda, attraverso una vasta gamma di siti web, portali, blog e social network dedicati. La dimensione virtuale è perciò diventata un territorio fondamentale per la creazione, diffusione, consumo e studio della moda. Dal punto di vista della comunicazione, del marketing e della vendita, le nuove tecnologie hanno completamente cambiato la percezione e le modalità con cui le persone si relazionano alla moda; i social media e le piattaforme online sono diventati il "luogo" per lo scambio di conoscenze e informazioni che sostituiscono i media tradizionali, creando nuovi tipi di comunità guidate da blogger, esperti, ricercatori di moda, *fashion curator* seguiti da milioni di persone.

A causa della natura intrinseca dei materiali, particolarmente fragili e deperibili, una delle maggiori sfide delle istituzioni culturali e degli archivi privati che si occupano di patrimonio della moda è trovare un equilibrio adeguato tra le seguenti contrastanti esigenze:

- politiche di conservazione molto rigide (temperatura e umidità costanti, assenza di luce, controllo dei parassiti e altre questioni legate alle qualità fisiche dei materiali);
- l'impossibilità di visualizzare la maggior parte delle collezioni a causa delle restrizioni di conservazione e del costo molto elevato del *mannequinage* e dei *display* in grado di dare agli indumenti la giusta ambientazione;
- la necessità di dare visibilità e accessibilità a tutto il patrimonio;
- la necessità di rispondere alle crescenti richieste di accesso alle collezioni provenienti non solo da ricercatori e studenti, aziende private, designer e persone legate all'industria della moda, ma anche dal grande pubblico.

Una media stimata del 95% degli oggetti museali è nascosta nelle unità di stoccaggio dei musei, lasciando percepire al visitatore solo una quantità nominale delle collezioni. Questa percentuale poteva essere accettata tranquillamente nel museo del passato, che fungeva principalmente da deposito per la custodia di oggetti culturalmente significativi, ma non risulta più accettabile nel museo nella sua definizione e funzione contemporanea. Il museo del XXI secolo sta infatti lottando per adottare un approccio più attivo, interattivo e inclusivo alle proprie collezioni, entro limiti di risorse, spazio e conservazione.

Gestire oggi il patrimonio culturale non significa guardare indietro con nostalgia, ma vivere e operare in un presente - e prefigurare un futuro - sempre più digitale. I materiali conservati negli archivi di moda europei ispirano collezioni future e supportano nuove produzioni culturali come mostre, collezioni, film o altri progetti. La diffusione delle conoscenze conservate in queste collezioni attraverso Internet

ne sblocca e ne celebra il valore, consentendo il riutilizzo creativo e produttivo degli oggetti della moda.

In tempi in cui i musei e gli archivi affrontano enormi sfide finanziarie, socio-economiche e digitali, la collaborazione fra istituzioni è fondamentale. Le aspettative e le richieste degli utenti (un bacino piuttosto variegato, fatto di ricercatori, studenti, curatori, creativi ecc.) sono alte e forse troppo grandi per essere affrontate da istituzioni individuali, spesso di piccole dimensioni. Sviluppare un approccio condiviso e stabilire una rete di partner correlati è il primo, ma fondamentale, passo per raggiungere risultati significativi per il pieno sfruttamento del patrimonio culturale della moda.

Partendo da tutte queste considerazioni, e con l'obiettivo di fornire delle soluzioni concrete ai problemi sopra citati, nel marzo 2012 è partito il progetto *Europeana Fashion*, co-finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del *Competitiveness Innovation Program* (CIP), per un periodo complessivo di tre anni. Il progetto comprendeva 22 partner provenienti da 12 paesi europei includendo, fra gli altri, il Victoria and Albert Museum (Londra), Musée des Arts Décoratifs (Parigi), MoMu (Anversa) e molti altri musei sia pubblici che privati. Nel consorzio erano rappresentati anche archivi aziendali legati a singoli marchi, come Missoni, Pucci e Ferragamo. L'obiettivo principale di *Europeana Fashion* è quello di raccogliere le collezioni digitali delle principali istituzioni della moda europee e di rappresentarle in modo uniforme su un portale specializzato e sul portale europeo dei beni culturali, *Europeana*¹.

All'inizio del progetto, nel 2012, la moda, come "tema" con dignità culturale, non era ben rappresentata in *Europeana*, e invertire questa tendenza era l'ambizione del progetto *Europeana Fashion*, che includendo alcune delle collezioni di moda tra le più famose in Europa, intendeva dare libero accesso a più di 1.000.000 di oggetti digitali di moda e costume su *Europeana*, tra cui abiti storici, accessori, disegni, riviste, schizzi, foto, video, cataloghi ecc.

Il processo di aggregazione di questi contenuti digitali si è concretizzato attraverso l'unione di dati provenienti da diverse fonti e la loro strutturazione secondo un modello condiviso. Nel caso di *Europeana Fashion*, ciò ha implicato l'acquisizione di metadati da più di 20 database di diverse istituzioni e successivamente la loro normalizzazione tramite un modello dati condiviso per rendere questi contenuti accessibili su una piattaforma comune.

L'aggregatore, il modello dati e il thesaurus

L'ambizione del consorzio *Europeana Fashion* era quella di costruire un aggregatore tematico in grado di rappresentare i dati in modo granulare, per riflettere la versatilità della moda come disciplina complessa.

¹ <https://www.europeana.eu/>.

Per facilitare l'aggregazione di metadati eterogenei provenienti da disparate fonti è stata utilizzata la piattaforma MINT². MINT è una piattaforma *web-based*, open source, sviluppata dal Politecnico di Atene, uno dei partner tecnici del progetto. MINT è stato ampiamente utilizzato in molti altri progetti di aggregazione per Europeaana, principalmente da utenti con conoscenze informatiche di base, ma con una conoscenza approfondita dei loro dati (ad esempio bibliotecari, archivisti, curatori ecc.).

I servizi offerti dalla piattaforma MINT sono stati sviluppati per facilitare le iniziative di aggregazione di contenuti relativi al patrimonio culturale. La piattaforma può essere utilizzata per coprire tutte le fasi del processo di aggregazione, dall'ingestione alla mappatura e alla pubblicazione dei record di metadati, procedendo anche all'attuazione di una varietà di azioni di normalizzazione sui metadati aggregati. La piattaforma offre un sistema di gestione degli utenti e delle organizzazioni che consente l'implementazione ed il funzionamento di diversi schemi di aggregazione (tematici o inter dominio, internazionali, nazionali o regionali) e dei relativi diritti di accesso. Le organizzazioni registrate possono caricare (usando protocolli standard come HTTP, FTP, OAI-PMH) i propri record di metadati in serializzazione XML o CSV per gestire, normalizzare e pubblicare le loro collezioni.

Dopo aver caricato i propri metadati in MINT, i fornitori di contenuti devono mappare ed allineare i propri dati in uno standard comune. Nel caso di Europeaana Fashion, ciò ha significato mappare gli schemi dei metadati di origine con lo standard EDM-fp³. EDM-fp è l'acronimo di "Europeana Data Model - fashion profile", questo modello è stato sviluppato per garantire un'adeguata rappresentazione dei contenuti di moda riflettendone la complessità, sia delle tipologie di contenuto che delle relazioni fra esse, ed allo stesso tempo facilitandone l'interoperabilità e l'ingestione nel portale di Europeaana.

I partner del progetto, con l'aiuto di un editor visuale in MINT, hanno mappato i propri metadati, visualizzando contemporaneamente la struttura originale e quella di destinazione (EDM-fp) e definendo le corrispondenze relative, usando semplici azioni *drag-and-drop*, che poi sono state tradotte dalla piattaforma nel codice XSLT corrispondente, in grado di effettuare la vera e propria trasformazione dei metadati nel formato di destinazione finale. La funzionalità di anteprima di MINT consente poi all'utente di verificare l'aspetto dei record dopo la trasformazione, visualizzandoli così come appariranno sul sito web di destinazione, consentendo il controllo e l'eventuale aggiustamento della mappatura dei metadati prima della loro pubblicazione finale sul portale di Europeaana.

Una delle principali sfide nell'aggregazione tematica di metadati è il mantenimen-

² <http://mint.image.ece.ntua.gr/redmine/projects/mint/wiki/Wiki>.

³ <http://files.europeanafashion.eu/download/deliverables/Europeana%20Fashion%20-%20D2.2%20Europeana%20Data%20Model%20-%20fashion%20profile%20%28EDM-fp%29%20specification.pdf>.

to della coerenza ed omogeneità dei contenuti in presenza di sistemi di classificazione eterogenei e di lingue diverse usate per la loro descrizione. Questo ostacolo è stato affrontato in Europeana Fashion sviluppando un thesaurus multilingue per la classificazione dei contenuti aggregati. Al fine di garantire la massima sinergia con i vocabolari esistenti, il thesaurus di Europeana Fashion è stato basato sul “Art and Architecture Thesaurus” (AAT)⁴ del Getty Institute. Questo thesaurus è stato arricchito ed integrato con concetti più specifici e raffinati legati al costume ed alla moda per poter rappresentare accuratamente le collezioni dei nostri partner.

L’Europeana Fashion thesaurus, alla fine del progetto nel 2015, includeva un totale di 1089 concetti, che coprivano sei aspetti principali: concetti legati al vestiario (303 concetti), accessori (271 concetti), oggetti contestuali (40 concetti), comunicazione ed eventi (103 concetti), materiali (235 concetti) e tecniche (137 concetti). La nostra ambizione era di tradurre ciascun concetto nelle 11 lingue dei partner del progetto, e questo obiettivo è stato raggiunto per il 92,30% dei concetti. Il thesaurus completo è stato pubblicato come Linked Open Data ed è disponibile per il riuso⁵, ed i concetti aggiuntivi sono stati inviati al Getty Institute per la loro formale aggiunta al AAT.



Figura 1. *Illustrazioni dei concetti dell’Europeana Fashion Thesaurus (foto Monica Ho)*

⁴ <http://www.getty.edu/research/tools/vocabularies/aat/>.

⁵ <http://thesaurus.europeanafashion.eu/>.

Grazie alla collaborazione con uno studente dell'Accademia della moda di Anversa, David Ring, il thesaurus è stato anche illustrato. Ciascuno dei concetti di vestiario è stato rappresentato con uno schizzo in bianco e nero, creando una sorta di *scope note* visuale. Le illustrazioni sono state caricate su Wikimedia Commons, la piattaforma multimediale di Wikipedia, e sono state rese disponibili liberamente in licenza CCO per promuovere la condivisione ed il riutilizzo di questa tassonomia della moda⁶. Il thesaurus è stato ovviamente integrato nel portale Europeana Fashion, consentendo ricerche multilingua. Ad esempio, quando un utente cerca nel portale "broek", che in olandese significa "pantaloni", i risultati mostreranno i record olandesi che contengono la voce "broek", ma anche il contenuto equivalente corrispondente al termine "broek" tradotto nelle dieci altre lingue del progetto.

Il portale tematico della moda in Europeana

La grande quantità di contenuti raccolti attraverso una rete così ampia di partner rappresenta un'opportunità unica per divulgare contenuti di alta qualità sulla moda ed il costume tramite un portale web tematico su Europeana⁷. Il portale è stato sviluppato sulla base di input da parte di utenti e *focus group* e revisioni di esperti, ed è stato inserito nella serie di portali tematici su Europeana Collections. Ad oggi, Europeana Fashion da accesso a più di un milione di oggetti digitali sulla moda provenienti da più di 40 istituzioni europee.

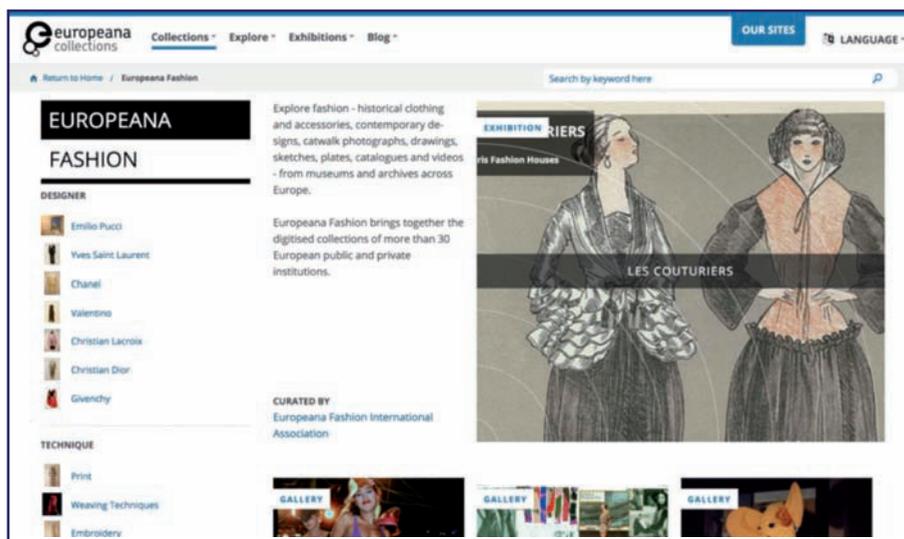


Figura 2. La homepage della Europeana Fashion Collection

⁶ https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Europeana_Fashion_-_MoMu_-_thesaurus_drawings.

⁷ <https://fashion.europeana.eu/>.

La principale novità di questo portale tematico è la presenza di una sezione di contenuti selezionati ed organizzati in “gallerie” tematiche. Queste selezioni tematiche sono state curate da un team interno e hanno lo scopo di mostrare i contenuti migliori e più interessanti che gli utenti possono trovare nella vasta collezione di Europeana Fashion. Le selezioni includono non solo immagini di qualità, ma anche oggetti digitali che non sono sempre facilmente individuabili effettuando una ricerca nel portale; queste piccole “collezioni” curate mettono in evidenza temi popolari e anche quelli più insoliti, rivelando il contenuto diversificato e composito di Europeana Fashion.

L’attività di comunicazione di Europeana Fashion si basa essenzialmente sulla cura, la promozione e la diffusione dei contenuti digitali - provenienti dai partner del progetto e raccolti sul portale tematico - attraverso l’uso di un blog dedicato e dei social media, rivolti a un pubblico fatto sia di specialisti che di curiosi. La presenza online di Europeana Fashion è piuttosto varia, e comprende un account Twitter⁸, un account Instagram⁹ e un account Facebook¹⁰ ed inoltre include anche Pinterest¹¹, Tumblr¹² e LinkedIn¹³. Ogni social media ha le sue peculiarità e offre diverse opportunità per diffondere il materiale raccolto, proporre percorsi di ricerca, restare in contatto con i partner e con progetti o istituzioni correlati. Ultimamente il team di comunicazione di Europeana Fashion ha sviluppato una nuova strategia editoriale che mira non solo a mostrare il materiale contenuto nella collezione, ma soprattutto a presentarlo al pubblico fornendo alcune informazioni sul contesto storico e sociale in cui sono nati e sono stati utilizzati i manufatti contenuti nell’archivio. Le varie storie raccontate dagli oggetti, e articolate attraverso blogpost più lunghi o “pillole” disseminate attraverso i social media, presentate a un pubblico diversificato, sono finalizzate in ultima analisi ad arricchire la comprensione della moda come disciplina trasversale, attraversando geografie e cronologie. Un altro strumento che è stato recentemente sviluppato è una newsletter periodica, in cui vengono presentati gli oggetti più interessanti e significativi delle collezioni aggregate, ricostruendo le loro biografie per renderle disponibili anche a un pubblico non esperto. La newsletter raggiunge attualmente più di 1.400 abbonati e, oltre a presentare un “object focus”, un approfondimento su un oggetto particolarmente significativo, è composta da tre “suggerimenti” di oggetti simili, con immagini e didascalie, tre post provenienti dal blog e alcuni eventi dei partner del progetto. Tra tutti i diversi social media, Europeana Fashion ha raggiunto ad oggi una utenza eterogenea complessiva di più di 30.000 follower.

⁸ <https://twitter.com/EurFashion>.

⁹ <https://www.instagram.com/eurfashionheritage/>.

¹⁰ <https://www.facebook.com/EurFashion/>.

¹¹ <https://pinterest.com/eurfashion/>.

¹² <http://eurfashion.tumblr.com/>.

¹³ <https://www.linkedin.com/groups/4467515>.

Non solo metadati: le collaborazioni e gli eventi internazionali

Europeana Fashion, dai suoi inizi, si è posta come una iniziativa pan-europea che riuniva le principali istituzioni culturali di moda e costume non solo per aggregare metadati, ma anche per diffondere e valorizzare i contenuti digitali della moda, incentivandone il riuso in diversi contesti.

L'esempio di più grande successo, in questo senso, è stato realizzato attraverso una collaborazione con Wikipedia per l'organizzazione di eventi chiamati *edit-a-thon*. Un *edit-a-thon* è un evento in cui diverse tipologie di persone (studenti, curatori, blogger, *fashionistas*) si riuniscono in un luogo definito per uno o due giorni, per aggiungere e/o migliorare specifici argomenti o voci inerenti alla moda e al costume in Wikipedia, usando i contenuti digitali messi liberamente a disposizione dai nostri partner.

Europeana Fashion ha organizzato 12 fashion *edit-a-thon* in diverse capitali europee e ha anche pubblicato un manuale online¹⁴ indirizzato alle istituzioni culturali su come organizzare questo tipo di eventi.

Ad oggi, le circa 2.500 immagini provenienti dai partner di Europeana Fashion e condivise su Wikimedia Commons sono state usate in più di 300 articoli su Wikipedia generando un numero totale di più di 30 milioni di visualizzazioni.

L'American Alliance of Museums ha assegnato nell'aprile 2015 il premio MUSE nella categoria "Open" a Europeana Fashion, premiando proprio questa serie di *edit-a-thon*¹⁵. Il premio riconosce gli eccezionali risultati ottenuti da Europeana Fashion nella promozione e riutilizzo creativo dei contenuti digitali dei propri partner raggiungendo una estesa *audience* sia di professionisti che di appassionati.

Europeana Fashion dal 2013 ha organizzato anche una serie di conferenze internazionali sul *fashion heritage* con un altissimo tasso di partecipazione, rispettivamente a Firenze (2013), Londra (2014), Anversa (2015), Amsterdam (2016) e Venezia (2017). Le conferenze hanno trattato temi considerati cruciali per la gestione del patrimonio digitale della moda. Sono state anche una grande opportunità per condividere ed evidenziare i risultati del progetto Europeana Fashion e per creare una rete in cui archivi aziendali, musei e fondazioni legate al progetto culturale della moda potessero incontrarsi, interagire ed essere informate sulle rispettive attività, in modo da creare collegamenti più saldi anche tra le istituzioni più diverse. L'ultima conferenza, che si è tenuta a Venezia, organizzata in collaborazione con l'Università IUAV di Venezia e The New School - Parsons di Parigi, era intitolata "Fashion Digital Memories" ed è stata dedicata all'uso delle tecnologie digitali nella conservazione, visualizzazione e comunicazione del patrimonio della moda. Tra gli *speaker* vi erano Timothy Long, curatore di *Fashion and Decorative*

¹⁴ <http://files.europeanafashion.eu/download/Fashion%20Edit-a-thon%20Handbook%20for%20GLAMs.pdf>.

¹⁵ <http://blog.europeanafashion.eu/2015/04/28/muse-award-for-europeana-fashions-edit-a-thons-2/>.

Arts al Museum of London, José Teunissen rettore del London College of Fashion, Sarah Scaturro, *Head Conservator* presso The Costume Institute, The Metropolitan Museum of Arts di New York, Dr. Kate Bethune, ricercatore presso il Victoria and Albert Museum di Londra e Karen Van Godtsenhoven, curatore presso il MoMu, ModeMuseum di Anversa.

Il prossimo 8-9 novembre 2018, nell'ambito dell'Anno Europeo dei Beni Culturali, organizzeremo a Parigi, presso la sede del Musée des Arts Decoratifs, una nuova conferenza internazionale dal titolo "Europe and Fashion: Questioning Identities and Cultures", che riunirà i principali accademici e curatori della moda attivi nel contesto europeo per discutere della definizione di Europa che emerge dalla loro ricerca, riflessione e pratica quotidiana.

Da progetto di aggregazione di metadati a centro europeo di competenza

Fortunatamente, l'iniziativa Europea Fashion non si è conclusa dopo la fine del finanziamento triennale del programma CIP. Nel dicembre 2014, i partner del progetto hanno costituito la Europea Fashion International Association (EFIA), creando così un'entità legale supportata e finanziata anche dai suoi membri. EFIA è stata creata come organizzazione senza scopo di lucro con l'obiettivo di mantenere l'infrastruttura tecnica del progetto e assicurare la continuazione e la sostenibilità

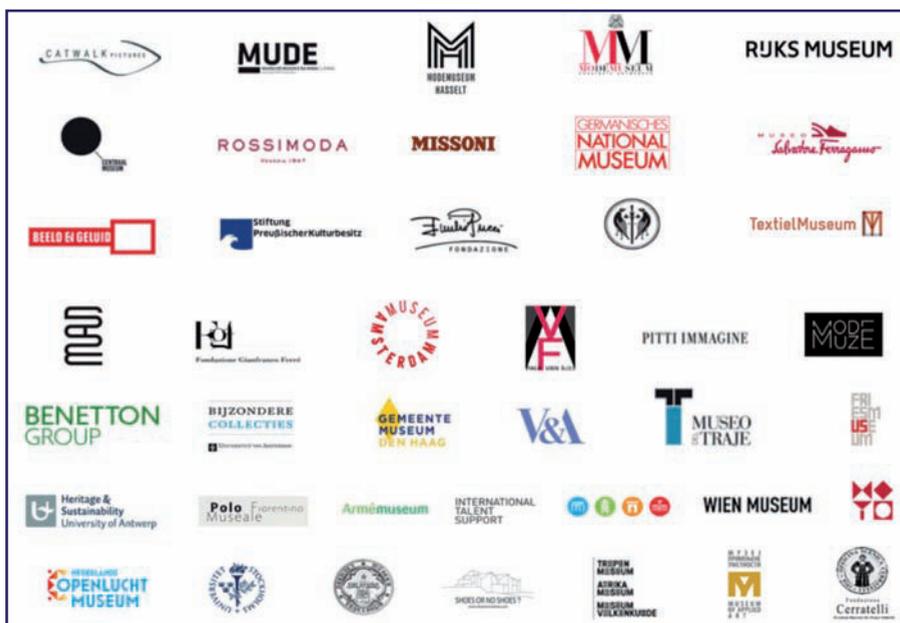


Figura 3. I partner dell'Europeana Fashion International Association

dell'iniziativa Europea Fashion dopo la fine del progetto CIP nel febbraio 2015. Dalla sua fondazione, il numero delle istituzioni partecipanti è cresciuto da 20 a 41, provenienti da 13 diversi paesi europei, e il numero dei soci sostenitori è salito a 27. L'Associazione, oltre a contare sul sostegno finanziario dei suoi membri, si propone anche di partecipare a nuove proposte di progetti in bandi europei e nazionali.

A partire dal maggio 2015, l'Associazione partecipa come partner nel progetto Europeaana DSI, finanziato dalla Comunità Europea nell'ambito del programma Connecting Europe Facility (CEF). Gli obiettivi principali di Europeaana DSI sono la creazione di un'infrastruttura digitale condivisa per il mantenimento e lo sviluppo di Europeaana, il portale europeo dei beni culturali. EFIA è partner in questo progetto in qualità di aggregatore tematico per la moda. Questo progetto consente all'Associazione di concentrarsi su obiettivi come la manutenzione e lo sviluppo dell'infrastruttura di aggregazione, l'ingestione di nuovi contenuti di moda, l'espansione dell'attuale rete di partner, il miglioramento dei contenuti e dei metadati esistenti, nonché il proseguimento delle attività di formazione e networking per i propri partner, svolgendo la funzione di centro di competenza (o *expert hub*) per il *fashion heritage*.

Europeana Fashion, nell'ambito del progetto Europeaana DSI, ha anche compiuto sforzi notevoli per migliorare e arricchire i propri metadati. Concentrandosi in particolare sulla normalizzazione delle date, conformandole tutte al formato ISO 8601¹⁶, e sulla normalizzazione dei nomi degli stilisti e dei *brand*, usando tecniche semi-automatiche di normalizzazione e collegamento a risorse linked open data, come Wikidata. Nel corso del 2018, l'Associazione ha anche preparato una proposta di progetto nella call CEF Generic Services per l'arricchimento dei propri metadati usando tecniche di estrazione automatica di caratteristiche basate sull'analisi delle immagini (come ad esempio l'estrazione automatica dei colori principali dalle foto dei capi catalogati) e su tecniche di *Natural Language Processing* per l'identificazione e l'estrazione automatica di nomi, luoghi ed altre caratteristiche, come materiali e tecniche, dalle descrizioni testuali dei record aggregati.

Il futuro di Europeaana Fashion

Nel maggio 2018, l'Associazione ha cambiato il proprio nome in "European Fashion Heritage Association", ponendosi l'obiettivo di continuare la propria attività di centro di competenza per la moda in Europa, attraverso le proprie attività di formazione e networking, e continuando ad ampliare la propria rete di partner, arricchendosi di nuovi contenuti e migliorando la qualità di quelli già raccolti, valorizzandoli e migliorandone la visibilità e l'usabilità per la ricerca, per il riuso creativo o anche solo per svago.

¹⁶ <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso8601.htm>.

L'Associazione continuerà a curare la Fashion Collection in Europeana, ma a partire dal luglio 2018 riaprirà anche un proprio portale dove sarà possibile offrire un accesso più specialistico, mirato ai professionisti del *fashion heritage*, al milione di oggetti digitali raccolti nel corso degli ultimi sei anni.

Parallelamente alle attività di arricchimento automatico dei metadati menzionate in precedenza, da settembre 2018 l'Associazione inizierà un nuovo progetto, dal titolo CrowdHeritage, che si pone l'obiettivo di sviluppare una piattaforma di *crowdsourcing* per la validazione dei metadati. Questa piattaforma verrà utilizzata per organizzare campagne di validazione dei metadati aggregati in Europeana Fashion e arricchiti automaticamente usando tecniche di analisi delle immagini o di *Natural Language Processing*, contribuendo ancora una volta al miglioramento su larga scala della qualità dei metadati pubblicati su Europeana e sull'aggregatore tematico dell'Associazione, con l'obiettivo di massimizzare l'accesso ed il riuso dei beni culturali legati alla moda ed al costume in Europa.

L'ultima consultazione dei siti web è avvenuta nel mese di giugno 2018.