

**РЕКЛАМИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ «REIMA» В
ФИНСКИХ И РУССКИХ КУЛЬТУРНЫХ
КОНТЕКСТАХ**

**- дискурс-анализ рекламы интернет-сайта
«reima.fi»**

**Дипломная работа
Синимари Мянтюнен**



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Университет г. Ювяскюля
Отделение языковедения
Кафедра русского языка и культуры
Декабрь 2016 г.

TIIVISTELMÄ

Tekijä Sinimari Mäntynen	
Työn nimi ”Reklamirovanie produktsii Reima v finskih i russkih kulturnyh kontekstah” (Reiman tuotteiden mainonta suomalaisen ja venäläisen kulttuurin kontekstissa)	
Oppiaine venäjän kieli ja kulttuuri	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika (pvm.) 12/2016	Sivumäärä 65+ liitteet
Tiivistelmä – Abstract <p>Tässä tutkielmassa tarkastelen suomalaisen lastenvaatevalmistaja Reiman tuotteiden mainontaa sekä suomalaisessa että venäläisessä kulttuurisessa kontekstissa. Tutkin, millaisia asioita mainonnassa korostetaan, millä tavalla suomalaisuutta ja skandinaavisuutta tuodaan esille ja lisäksi onko mainosteksteissä sisällöllisesti eroa, eli miten kulttuurierot näkyvät mainosteksteissä.</p> <p>Reima on toiminut Venäjän markkinoilla jo 1960-luvun puolivälistä lähtien ja on saavuttanut siellä markkinajohtajan aseman. Yleensä ottaen Reiman tuotteita viedään jo yli 30 maahan ja vuonna 2016 80% myynnistä tulee Suomen ulkopuolelta. Venäjä on merkittävä maa viennin kannalta, ja Reima on laajentanut toimintaansa sinne 2010-luvulla. Yrityksellä on nykyisin oma myyntiorganisaationsa ja verkkokauppansa Venäjällä.</p> <p>Analysoin 24 mainosta, jotka kuuluvat Reiman verkkosivuilla olleeseen Lookbook-2015 – mainoskampanjaan. Menetelmänä käytän diskurssianalyysiä ja lisäksi markkinoinnin ja mainonnan teorioita. Analyysi tapahtuu 4 diskurssin avulla: tuoteominaisuuksien diskurssi, ideaalisen lapsuuden diskurssi, skandinaavisen alkuperän diskurssi sekä mainonnan kulttuuristen erojen diskurssi.</p> <p>Ensimmäinen diskurssi esittelee Reiman tuotteiden eri ominaisuuksia, joiden perusteella yrityksen imagoon liitetään laadukkuuden lisäksi lastenvaatteiden asiantuntijan sekä teknologisen edelläkävijän käsitteet. Toinen diskurssi luo kuvaa ideaalisesta lapsuudesta aktiivisena ja liikunnallisena, mitkä ovat myös tärkeä osa Reiman imagoa. Kolmas diskurssi nojaa paljolti erilaisiin stereotypioihin skandinaavisuudesta ja suomalaisuudesta. Neljännessä diskurssissa kulttuuriset erot näkyvät mainonnan kielenkäytössä ja suhtautumisessa lapsiin.</p>	
Asiasanat diskurssianalyysi, mainonta, markkinointi, country-of-origin effect	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kirjasto	

СОДЕРЖАНИЕ

1 ВВЕДЕНИЕ	4
2 ДИСКУРСЫ РЕКЛАМИРОВАНИЯ	7
2.1 Определение термина «дискурс»	7
2.2 Дискурс-анализ	9
2.3 Дискурс рекламирования	11
2.4 Язык рекламирования	12
2.5 Перевод рекламных текстов	15
3 РЕКЛАМИРОВАНИЕ	17
3.1 Реклама	17
3.2 Стратегии рекламирования	20
3.2.1 Брэндинг	21
3.2.2 Эффект страна происхождения	22
3.3 Каналы СМИ рекламирования	23
4 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ	26
4.1 История компании Reima	26
4.1.1 Reima сегодня	28
4.2 Анализируемый материал и дискурсы	29
4.3 Результаты исследования	30
4.3.1 Дискурс свойства продукции Reima	30
4.3.2 Дискурс идеального детства	43
4.3.3 Дискурс скандинавского происхождения	47
4.3.4 Дискурс культурных различий рекламирования	52
4.4 Основные выводы	57
5 ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	63
ПРИЛОЖЕНИЯ	66

1 ВВЕДЕНИЕ

В данной работе мы рассматриваем рекламную кампанию Reima «Lookbook- зима 2015». Мы анализируем употребление языка этой рекламы в финских и русских контекстах, используя метод дискурс-анализа и теории маркетинга. Тема является актуальной, потому что после распада Советского Союза в Финляндии много говорится о том, что финским компаниям надо более эффективно эксплуатировать рынок России, и несмотря на нынешние экономические и политические условия мы считаем, что Россия все-таки рассматривается как потенциальный рынок для финских предпринимателей. Хотя Россия и привлекает финские компании, следует заметить, что самую большую трудность представляет недостаточное знание особенностей российского рынка и его деятельности. Эта работа представляет собой взгляд на то, как одна известная финская компания действует на российском рынке.

Предыдущие исследования в области рекламы, использующие метод дискурс-анализа, можно найти довольно легко, потому что понятие жанра рекламы является широким. Это делает возможным соединение различных теоретических точек зрения и отраслей науки. Представим некоторые исследования, которые являются

близкими нашей теме. Хелен Келли-Холмс в своей книге «Advertising as multilingual communication (Kelly-Holmes, 2005), рассматривает маркетинг международных брендов в контексте различных культур, а также культурные стереотипы в рекламе. Главным языком примеров является английский язык, и явления рассматриваются с точки зрения английской культуры. Кроме этого, рекламирование для детей исследовала в 2012 г. студент международного маркетинга Тийна Лавикка из Лаппеенрантского технологического университета в своей дипломной работе «*Perfect parents: portrayals of parenthood in advertising*» (Lavikka 2012). Методами данной работы являются дискурс-анализ и контент-анализ, и цель – узнать, как родители представлены в рекламе, направленный на детей от 0 до 4 лет. В данной работе анализ рекламных текстов не играет большую роль, а автор анализирует рекламу, которая содержит мало текста, и фокусируется на анализе фотографий. Наконец, Пяиви Ройвайнен в статье *Terve, reipas, ja punaposkinen!: lasten ulkovaatteet ja ihanteellinen lapsuus* (Roivainen, 2012) рассказывает о своей будущей диссертации, темой которой является рассмотрение истории детской одежды в Финляндии и также рекламирование детской одежды. Ройвайнен рассматривает между прочим историю и рекламы фирмы Reima, однако, культурный контекст исключительно финский, и она рассматривает явления главным образом с точки зрения истории. Итак, утверждаем, что особенности рекламы финской фирмы, предназначенный для российского рынка, до этого не изучались с точки зрения дискурс-анализа, и поэтому данная работа может предлагать новую информацию.

Центральные понятия данной работы – дискурс-анализ и стратегии позиционирования продукции в международном маркетинге. Хотя дискурс-анализ и рекламирование рассматриваются отдельно в своих разделах, следует отметить, что данные понятия частично совпадают, то есть, границы между ним не такие строгие. Однако, мы считаем, что реклама представляет собой особый вид или жанр дискурса, и, соответственно, в аналитической части мы будем использовать оба понятия одновременно.

Несмотря на то, что данная работа является дипломной работой по русскому языку и культуре, мы не употребляем много русскоязычной исследовательской литературы, потому что наша тема посвящена прежде всего дискурсам и анализу рекламных текстов, и на русском языке релевантной литературы мало. Считаем,

что дискурс-анализ рекламных текстов довольно новое явление в России и, следовательно, научной литературы по данной теме пока немного. Тем не менее, мы выбрали ту литературу, которая рассматривает анализ современных СМИ. Таким образом нам надо было исключить теорию Нормана Фэрклафа, потому что его книга «Media Discourse» (Fairclough, 1995), не принимает во внимание интернет как СМИ, и, в этом отношении ее можно считать частично устаревшей.

Цель данной работы – выяснить, как рекламные кампании одного и того же набора товаров фирмы Reima проводятся на финском и российском рынках. Материалом исследования являются 24 рекламных текста, размещенных на интернет-сайте финской компании Reima.

Мы выбрали компанию Reima, потому что она работает на российском рынке и кроме этого интернет-сайт данной компании содержит достаточно много материала. Хотя анализируем рекламные тексты, фотографии все-таки играют свою роль в исследовании, так как мы анализируем и их, чтобы подробнее выяснить аргументы и представляемые явления.

В данной работе три исследовательских вопроса:

1. Какие поступки подчеркиваются в рекламах?
2. Как *эффект страна происхождения* сказывается в рекламах?
3. Отличаются ли русскоязычные рекламные тексты по содержанию от финскоязычных? Как? Почему?

Работа состоит из введения, трех глав и заключения. Во второй главе мы рассматриваем общие положения о дискурсе рекламирования, в третьей главе обсудим определения ключевых терминов рекламирования и также теории маркетинга, и в четвертой главе мы проводим исследование, после которого делаем основные выводы.

2 ДИСКУРСЫ РЕКЛАМИРОВАНИЯ

2.1 Определение термина дискурса

Дискурс можно определить как форму социальной деятельности, через которую описывают социальный мир и отражают знания и социальные отношения людей (Филлипс, Йоргенсен, 2004: 20). Дискурсы формируют социальный мир с помощью значений, но язык все-таки не стабильный элемент, и это значит, что значения слов постоянно меняются, и дискурсы также не сохраняются неизменными (там же). На самом деле, дискурсы являются продуктами определенного исторического периода, и они одновременно контактируют, передают информацию и отражают личные мнения человека и определенные социокультурные традиции (Красных 2001:205, цит. по Краснова, 2011: 41). Таким образом, можно заявить, что дискурсы существуют в определенном моменте в определенном обществе и действуют

инструментами коммуникации, чтобы у людей были общие средства рассматривать различные явления и понимать друг друга.

Сара Миллс в своей книге «Discourse» (2004) замечает, что дискурсы являются не только выражениями или группами выражений по определенной теме, так как внутри одного дискурса существуют свои ограничения, которые касаются свойственного данному контексту употребления языка (Mills, 2004: 43). Например, в контексте научного текста, который представляет и данная работа, предполагается, что выбор слов и языковых выражений соответствует норме литературного языка, а не разговорной речи. Чтобы данный текст считался научным в области лингвистики, предполагается употребление лингвистических терминов.

Взгляд Миллс возможно расширить дальше. По Барбара Джонстоун, кроме внутренних ограничений, дискурсы регулируются также другими дискурсами, иначе говоря, они являются *интертекстуальными*, что означает, что каждый дискурс и текст связан с предыдущими текстами и дискурсами, и, таким образом, содержит знакомые характеристики в стиле и форме. Они предоставляют возможность интерпретировать новые ситуации употребления языка. (Johnstone, 2002:15.) К данному определению интертекстуальности можем добавить, что отдельные тексты употребляют элементы из других, и отдельный дискурс имеет средства других дискурсов. Это значит, что дискурсы и тексты не закрытые или самостоятельные системы, а они сосуществуют параллельно и постоянно взаимодействуют с окружающим миром, со своими контекстами и с другими дискурсами (Филлипс, Йоргенсен, 2004: 31). Интертекстуальность и взаимодействие также подразумевают, что дискурсы могут смешиваться друг с другом. Это значит, что они сближаются, и границы между дискурсами не являются ясными или конкретными, поскольку постоянно создаются новые дискурсы и существующие дискурсы преобразовываются. (Gee, 2006:29.)

2.2 Дискурс-анализ

В книге Джонстоун дискурс-анализ определяется как рассмотрение разных структуральных и функциональных аспектов исследуемого текста, целью которого является интерпретация исследуемых языковых явлений (Geertz, 1973, цит. по Johnstone, 2002:20). Автор употребляет слово *интерпретация*, и не напрасно: Это значит, что результаты анализа не факты, а только одно представление или интерпретация данной ситуации. Хотя в определенном языке существуют свои известные ограничения и нормы, например, грамматические правила, язык все-таки изменяется и развивается. Следовательно, фундаментальные выводы об употреблении языка в определенной ситуации нельзя делать. Анализировать невозможно вне дискурса, лишь внутри, и объектом анализа является сам дискурс в данный момент (Филлипс, Йоргенсен, 2004: 42).

По Джонстоун, при анализе важно думать, почему текст представлен именно в такой форме, а не иначе. Кроме этого, почему автор текста выбрал именно такие слова, именно в таком порядке. Чтобы ответить на эти вопросы, надо думать, кто автор, для какой функции текст написан, и также кто в действительности является читателем текста. В дополнение к этому, во внимание важно принимать канал СМИ данного текста и социокультурный контекст (Johnstone, 2002: 8).

Дискурс-анализ предполагает знание *контекста* анализируемого текста, то есть, как определенная коммуникативная ситуация ограничивает возможности использования языка, и как интерпретируются употребляемые слова по отношению к ситуации, и наоборот (Jokinen, Juhila, Suoninen. 2004:31). Контекст возможно еще глубже определить, используя классификацию контекста Гай Кука (2001). Ниже перечисляются все термины и факторы, которые, по мнению Кук, входят в контекст:

- 1) *Субстанция*: физический материал, служивший для реализации и опосредования текста
- 2) Музыка и фотография
- 3) *Параязык*: в письменном тексте выбор фонта и размера букв¹

¹ см. также стр. 14

- 4) *Ситуация*: Отношение участников к свойствам и связи людей и объектов текста.
- 5) *Участники*: их намерения и интерпретации, знание, доверие, эмоции и т.д. Каждый участник одновременно часть контекста и его наблюдатель. Участников можно разделить на адресантов и адресатов. Все-таки адресант какого-либо сообщения не всегда настоящий отправитель, например, в рекламе адресантом бывает обычно актер или модель. То же самое относится и к адресату потому, что индивид, кто видит рекламу, необязательно желаемый адресат, так как реклама публичная и ее может видеть каждый человек²
- б) *Функция*: Что является целью текста, иначе говоря, что с помощью текста стремятся достигать касательно адресантов и адресатов. (Cook, 2001: 4.)

Кук считает, что несмотря на тот факт, что некоторые школы и теории считают язык отдельным механизмом, в дискурс-анализе язык и контекст рассматриваются вместе как целостность. Автор, однако подчеркивает, что хотя обыкновенно фокусом дискурс-анализа является язык, это не значит, что внеязыковые средства не могли быть частью исследования. (Cook, 2001 :3.) В анализе надо обратить внимание на контекст, где коммуникация происходит. Рассматривая исследовательский материал, исследователь может обдумывать следующие вопросы: кто общается с кем, чего с помощью этой коммуникации стремятся достичь с помощью коммуникации, через какие коммуникативные средства коммуникация осуществляется и наконец, как вышеупомянутые моменты соотносятся друг с другом. Если фотографии соединяются с текстами для достижения определенных коммуникативных целей, тогда в дискурс-анализе их надо рассматривать также как одно целое. (Там же.) Например, дискурс-анализ СМИ касается не только языка, но и других форм коммуникации, в том числе фотографий, одежды и др. Если исследовательский материал содержит разные типы СМИ, кроме языка в анализе важно рассматривать связи между языком и другими семиотическими системами. (Johnstone, 2002: 2.)

² Например, адресатами рекламы детской одежды очевидно являются люди, у которых есть дети, но все-таки рекламу можно принимать также тем, у кого детей нет. Настоящий отправитель рекламного сообщения – рекламное бюро и компания рекламируемых вещей, однако адресанты рекламной кампании – дети.

2.3 Дискурс рекламирования

Кук анализирует комплексность определения рекламных дискурсов, так как они часто сосуществуют с другими дискурсами и одновременно имитируют их (Cook, 2001:34). Это значит, что компании предпочитают размещать рекламы в таких телевизионных программах, журналах или интернет-сайтах, содержание которых соответствует рекламируемой продукции. Из-за этого Кук определяет рекламные материалы как *паразит-дискурсы*, потому что с точки зрения коммуникации они не нужны, хотя разные телевизионные компании и другие деятели являются зависимыми от рекламирования в экономическом отношении. Паразит означает также, что рекламы не могут существовать самостоятельно, то есть, без хозяина, потому что форматы, которые основываются единственно на представлении рекламы, не очень удачные. Поэтому реклама на самом деле всегда требует другого дискурса рядом с ней. (Там же.)

Жанр, в книге Кука, определяется как класс коммуникативных ситуаций, которые разделяют некоторые похожие коммуникативные цели. Эти коммуникативные цели не только формируют основание жанра, но и формулируют схематическую структуру дискурса и влияют на содержательные и стилистические ограничения. (Swales, 1990:58, цит. по Cook, 2001:7.) По мнению Кука, границы между жанрами, как и между дискурсами, не ясные, так как части дискурса могут относиться к некоторым жанрам, например, жанр рекламы может также содержать средства из жанра политической пропаганды, жанра стиха и т.п. Жанр рекламы как понятие сравнительно гибкое, потому что реклама не строго определена, и именно из-за этого реклама может использовать более свободно разные средства реализации. (Cook, 2001 :28.)

2.4 Язык рекламирования

Кук замечает, что исследование употребления языка рекламирования неизбежно вступает в то противоречие, что при анализе надо принимать во внимание и одновременно оставлять без внимания фотографии. Во многих рекламных материалах фотографии играют важную роль с точки зрения коммуникации, потому что с их помощью создают атмосферу, дают информацию, убеждают или утверждают. (Cook, 2001: 42.) Автор делает замечание, что роль текста в рекламе часто не так важна, потому что через фотографии можно передавать сообщения более эффективно. Также в таких случаях, когда текст является самым главным элементом рекламы, фотографию не стоит оставлять без внимания, потому что возможно, что новые и важные для рекламы значения не откроются. И наконец, исследование только фотографий невозможно, так как главная цель дискурса-анализа – исследование языковых явлений. (Там же.)

Согласно Келли-Холмс, разница между языком рекламирования и «ежедневным» употреблением языка не совершенно ясна, так как рекламодатели стараются использовать «обычный» язык, и рекламные слоганы часто являются частью ежедневной коммуникаций людей. Во всяком случае одно наблюдение можно сразу сделать: они различаются по крайней мере тем, что рекламные тексты обдуманы заранее и тщательно по сравнению с коммуникацией людей, которая происходит спонтанно и случайно в реальных ситуациях. Так, употребление языка в рекламных дискурсах редко или никогда не бывает случайным. (Kelly-Holmes, 2005:8.) Итак, из этого можем сделать вывод, что каждый элемент рекламы тщательно обдуман, то есть, она не содержит ничего лишнего, что рекламодатель не хочет потребителям показать.

Интертекстуальность рекламных текстов понимается таким образом, что они связаны не только с другими рекламными текстами, но и со всеми другими. Вместе эти интертекстуальные отношения формируют обстоятельства, где реклама работает. (Kelly-Holmes, 2005:6.) Например, в рекламе детской одежды интертекстуальные связи с текстами, которые обращаются к понятию хорошего родителя в современном обществе, счастливого детства, увлечений детей, и т. п.

Существуют разные способы формулировать рекламное сообщение, поэтому у языка в рекламировании есть много функций. Язык может выражать разные эмоции, дать советы или рекомендации, информировать потребителей о качестве и хороших характеристиках товаров, или рекламодатель может создать приятельскую атмосферу между ним и потребителем. (Crystal, 1997, цит. по Kelly-Holmes, 2005:8.) Кроме того, рекламодателю надо решить, какой язык использовать в своей рекламе, и важно также то, каким образом представить язык рекламопотребителям. Тщательное планирование паралингвистических средств рекламы может укреплять рекламное сообщение. (Kelly-Holmes, 2005:9.)³

Рекламирование в международном масштабе редко является одноязычным, так как употребление иностранных слов или выражений создает глобальное впечатление о компании. Келли-Холмс называет это явление термином *многоязычная рекламная коммуникация*, которая означает употребление разных языков в контексте маркетинга. Коммуникация может чередоваться от одного слова к более широким выражениям, даже текстам. Используемые слова могут быть совсем чужие, или могут также входить в языковой репертуар рекламодателей. (Kelly-Holmes, 2005:25.)

Рекламодатели довольно часто в рекламной коммуникации как средство для увеличения эффекта используют *смену кода*, что означает чередование между разными вариантами речи внутри одной и той же разговорной ситуации (Gumpertz, 1996: 365, цит. по Kelly-Holmes, 2005). В рекламировании английский язык употребляют обыкновенно для подчеркивания технических аспектов товаров, несмотря на то, что английский язык не обязательно часть языкового репертуара целевой группы. В зависимости от ситуации и темы реклама предпочитает смешивать иностранные слова или выражения. (Kelly-Holmes, 2005:11.)

Сменой кода возможно подчеркивать или создавать образ какой-либо этнической или региональной идентичности. Все-таки смена кода в рекламировании – больше эффект, чем явление, связанное с информацией или содержанием текста. (Kelly-Holmes, 2005:11). Выражения было бы возможно формировать по-иному или понятным для всех способом, но рекламодатель хочет создать определенный имидж своей продукции, используя специфические слова или выражения. Как уже отметили выше, рекламопотребитель не обязательно понимает значение смены

³ см. также стр. 14

кода или сущность употребления иностранных слов в данном контексте. Понимание каждого слова рекламного сообщения не так важно, как влияние иностранных слов. В этом случае значение слова и текста более символическое, чем семантическое. (Eastman, Stein, 1993:200. Kelly-Holmes, 2005:12.)

Кроме эффекта, с помощью употребления иностранных слов стремятся подчеркивать качество рекламируемых товаров. Знание иностранных языков не в ежедневной жизни каждого человека и их употребление в рекламировании является одним способом показать превосходство, то есть, рекламное сообщение предназначено только для тех, у которых высшее образование или языковая компетентность (Kelly-Holmes, 2005:16). По крайней мере, компания кажется международной и, таким образом, более успешной, чем компании, которые не употребляют смену кода или иностранные слова в своих рекламных кампаниях. Перевод иностранных слов на целевой язык может производить впечатление, что продукция отечественная, то есть, обычная и во многих странах не высококачественная.

По мнению Кук, несмотря на то, что рекламная коммуникация обычно довольно ограниченная, и реально ее характеристики не создаются лицом к лицу между людьми, параязык придает рекламе более персональный эффект и делает дискурс рекламы более диалогичным. С помощью параязыка возможно также подчеркивать рекламное сообщение, потому что через выбор шрифта можно создать атмосферу рекламы, и также сделать внешний вид рекламы более индивидуальным. Компании могут употреблять только один шрифт во всех материалах, чтобы в течение времени он становился частью их имиджа. В конце концов, увидев этот шрифт, потребители сразу ассоциируют его с компанией, хотя речь не шла бы о компании. (Cook, 2001: 83.)

Среди шрифтов, одним популярным способом является употребление индексикальной графологии, что означает, что шрифт рекламных текстов похож на рукописный (Cook, 2001: 88). Этот способ встречается также в нашем исследовательском материале, вероятно, для создания представления о более свободной и игровой атмосфере.

2.5 Перевод рекламных текстов

Процесс перевода представляет собой производство переводного текста на основе оригинала (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 1). Однако, настоящий процесс намного сложнее, потому что перевод с одного языка на другой требует глубокого знания языка и культуры. Поэтому важно обращать внимание на то, как исходный текст действует в исходной культуре, чтобы после перевода данного текста имел эквивалентную функцию также в новой культуре. (Там же.) Иными словами, концептуальный перевод рекламных текстов не приведет к желаемому результату, потому что в новой культуре совсем другие факторы могут считаться привлекательными, так как адресаты не одинаковые с адресатами в исходной стране. Мысленный перевод является также проблематическим, потому что менталитет и предпочтения часто не одинаковые. (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 3.)

Глобально действующим компаниям надо быть внимательными со своими рекламными кампаниями, потому что в разных странах языки и культуры могут отличаться от друг друга. Таким образом, компаниям надо обратить внимание на многие факторы, чтобы рекламная кампания стала удачной. Однако, проблема не в том, что многие компании не знают, что надо делать и какие возможности есть, чтобы ошибиться, но проблема – языковой барьер с рекламными слоганами и сообщениями. Если они употребляются на разных языках, возможно, что они получают скрытые значения. (Kotler, Armstrong, 2012: 539, 309.) Чтобы избежать ошибок, важно, чтобы переводчики были знакомы с иностранным языком и культурой (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995:6).

Переводы рекламных текстов могут создавать стереотипы иностранных культур (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 1), и, поэтому лучше обращаться к общим представлениям также на языковом уровне, который для большинства потребителей знаком. Из этого следует, что рекламу легче принимать, потому что представленные мысли каким-то образом знакомые. Такие стереотипы часто отражают культурные и политические ценности определенной страны и могут действовать инструментом изменения отношения и предубеждения к другим культурам (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 2).

При переводе рекламных текстов с одного языка на другой возникает всегда вопрос о том, как решить специфические проблемы перевода, например, игру слов или двусмысленные выражения, как переводить имена собственные или метафоры, или как решить лексические проблемы. (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 5.) Переводчики должны понимать, как культурные различия воздействуют на маркетинг, и тщательно выяснять, какие ограничения существуют относительно формы и функции текста. Успешная деятельность в глобальном масштабе требует исследования культурных и маркетинговых аспектов, а также подтверждений, что переводы соответствуют разным юридическим ограничениям. (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 55.)

Хотя перевод текста означает, что содержание нужно также адаптировать для новой культуры и языка, это все-таки не значит, что оригинальные мысли текста нужно забыть. Поэтому переводчикам надо также знать, какие нормы исходной культуры сохранить, когда они работают с иностранными текстами и культурами (Venuti, 1994:221. цит. по Kelly-Holmes, 2005:18).

3 РЕКЛАМИРОВАНИЕ

3.1 Реклама

Один из самых простых и классических способов определить рекламу — это то, что она является специфической формой маркетинговой коммуникации, которая стремится создать потребность или удовлетворять существующую потребность в рекламируемом товаре или услуге (Фещенко, 2003:15). Иначе говоря, реклама стремится убеждать потребителей покупать товары какой-либо компании. По мнению Куку, такое определение слишком узкое, на самом деле он считает определение рекламы довольно проблематичным, так как типов рекламы так много. Если реклама вообще определяются как направленная на убеждение, то это определение недостаточно, так как существует и реклама, которая ничего не продает, а дает информацию, предостерегает, может быть забавной и т.п. Кроме того, как в данной работе уже отметили, реклама так сильно имитирует другие

жанры и дискурсы, и в силу того, найти свои специфические характеристики иногда трудно. (Cook, 2001: 10.)

Хотя Кук видит определение рекламы довольно проблематическим, и в некоторых случаях даже невозможным, мы должны определить понятие. В данной работе применяется более универсальное определение рекламы, так как наш исследовательский материал содержит рекламные тексты, цель которых продавать товары и убедить потребителя покупать их. Цель рекламы в данной работе также оказывать влияние на поведение потребителей, чтобы они считали рекламируемые товары или услуги привлекательными, и, следовательно, покупали их (Фещенко, 2003:12). Чтобы эта функция осуществлялась, реклама должна также дать информацию потребителям о товарах и услугах компании-производителя, и уверять потребителей в том, что качество и средства товаров и услуг данной компании наилучшим образом соответствуют их деньгам и потребностям. Можно обнаружить, что маркетинговая коммуникация является одновременно информативной и воздействующей (Фещенко, 2003: 14). Хотя рекламирование не пропагандистское, то есть, рекламные тексты не содержат политические или идеологические мысли, они все-таки кроме товара и услуг имплицитно рекламируют идеальный образ жизни или желательный образ мышления.

Для точного определения рекламы используем классификацию Кука. Он анализирует рекламу с точки зрения четырех категорий. Первой категорией является *средство*, которое означает употребляемый инструмент СМИ в рекламировании и способы его эксплуатации. (Cook, 2001: 14.) По нашему мнению, рекламирование в Интернете предоставляет более многостороннее содержание, так как через один клик возможно показать дополнительную информацию, например, видео. Потребителям также возможно более свободно выбирать, что они хотят видеть и как много информации им достаточно.

Вторая категория – *продукция*. Здесь Кук хочет подчеркнуть, какими различными способами можно рекламировать. (Там же.) Возможно представить, что рекламы роскошных продуктов, например, косметики, отличается сильно от реклам ежедневных продуктов, например, молока.

Третью категорию Кук называет *техникой*. Это значит то, каким образом продаются рекламируемые продукты. Способ может быть *сильный*, который подразумевает, что внимание потребителя прямо обращается на низкие цены,

ограниченное наличие, гарантированное качество и т.п. Способ может быть также *мягкий*, и это содержит больше предложения, эмоциональные характеристики и имплицитно намекает на важность, превосходство продукции и также на то, что жизнь будет легче и лучше после покупки. (Cook, 2001: 15.)

Четвертая категория – *потребитель*. По мнению Куку, данная категория самая важная. Рекламодатели стараются все время эффективно классифицировать потребителей, чтобы лучше найти целевые группы. Категоризация поведения потребителей не совсем простая. Покупая товары, потребители не действуют исключительно логично или рационально, а решение покупать – какое-то сложное смешение импульсивности, рациональности и т.д. Таким образом, для достижения маркетинговых целей невозможно формулировать абсолютные схемы о поведении потребителей. Потребителей все-таки возможно классифицировать по образу жизни, социо-экономическому классу, личности или по-иному. (Cook, 2001: 15.)

Рекламы опираются кроме письменных элементов также на визуальные и звуковые компоненты, которые вместе создают целое впечатление рекламы. Рекламопотребитель рассматривает рекламу как одно целое, а не каждый элемент отдельно, поэтому композиция рекламных элементов важна. (Goddard, 1998: 15, 16.) Реклама является динамичным синтезом своих компонентов. Существование рекламы в такой форме, какой ее показывают рекламопотребителям, зависит от каждого компонента. (Cook, 2001: 6.)

Хелен Келли-Холмс в своей книге «Advertising as multilingual communication» (2005) обсуждает дискурс-анализ и язык рекламирования с точки зрения разных культур и языков. По Келли-Холмс, реклама большей частью основывается на предположениях. Рекламодатель получает знание о предположениях из своей ежедневной жизни и повторных похожих ситуаций. (Kelly-Holmes, 2005:4.) Например, реклама детской одежды содержит предположения о типичном представлении детей. Таким образом, в рекламу выбирают те аспекты и общие представления, которые привлекают целевую группу. (Kelly-Holmes, 2005:7.) Например, целевой группой рекламы детской одежды не являются дети, а взрослые, потому что они обычно делают решения о покупках. Однако, рекламодатель стремится воздействовать на взрослых через детей, поэтому адресаты рекламы – дети, которые выглядят здоровым, веселым и счастливым. Существует общее представление, что каждый родитель надеется, что свои дети будут счастливые и здоровые. Несмотря на это, одна потенциальная проблема в

рекламе позиция адресатов рекламы по сравнению с людьми, представленными в рекламах; является ли реклама описанием жизни, с которым адресатам возможно идентифицироваться, или являются ли представленные люди более символическими, например, фотомодели. (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 61.)

3.2 Стратегии рекламирования

Позиционирование – часть маркетинговой стратегии, которая оказывает влияние на установление потребителями ценности продукции, и ее позицию по сравнению с конкурирующими продуктами. Позиционирование происходит среди потребителей и без помощи маркетинга, но компании все-таки хотят оказать влияние на это. По большей части у каждой компаний есть план позиционирования, цель которого – самым лучшим способом извлекать пользу на целевом рынке, формируя определенный имидж товара. (Kotler, Armstrong, 2012: 231.)

Из-за глобализации и развития технологии потребители станут все больше похожими. Несмотря на глобальные брэнды и глобальных симпатии, в каждой стране свои различные культурные обычаи, которые влияют на потребности, желания, покупательную способность, предпочтение продуктов и поведение потребителей. (Kotler, Armstrong, 2012: 589.)

Компании, работающие на глобальном рынке должны решить, насколько приспособливать свою маркетинговую стратегию и программу к местным обстоятельствам. Эта называется *адаптационной стратегией*, и у компании есть несколько вариантов между которыми выбирать. Если компания использует *стандартную глобальную маркетинговую стратегию*, это значит, что та же самая маркетинговая стратегия реализуется на каждом рынке. Но если компания выбирает *адаптационную глобальную стратегию*, тогда приспособливают маркетинг и свои элементы к каждому рынку. Данная стратегия содержит больше факторов риска, и стоит больше, так как компании надо инвестировать отдельно на каждый рынок. Если стратегия оказывается удачной, возможно, что компания получит большую долю от реализации товаров на рынке или больше доходов.

Третий вариант – компания эксплуатирует эти две стратегии одновременно. (Kotler, Armstrong, 2012: 589.) Например, компания использует те же самые фотографии и торговые наименования, но слоганы и другие рекламные сообщения переведут соответственно целевому рынку.

В международной деятельности компании важно понимать, что значение продукции должно быть отечественное, хотя она является заграничной. Из этого следует, что рекламная коммуникация получает межкультурные средства. Переведенная реклама одновременно и предлагает какое-либо представление о иностранных культурах и привлекает особенную группу отечественных потребителей. (Venuti, 1994: 220, цит. по Kelly-Holmes, 2005: 17.)

3.2.1 Брэндинг

Один из ключевых элементов рекламной коммуникации – брэндинг, который подразумевает привлекательную атмосферу вокруг товара, концентрируя имя-символ, иначе, товарный знак. Целью брэндинга является долговременное предпочтение к продукции, основанное на унифицированном оформлении по сравнению с конкурентами. (Фещенко, 2003: 64.) Другими словами, потребитель предпочитает какой-либо брэнд, потому что считает продукцию самой хорошей эмоционально, рационально, качественно, практически и эстетически, хотя в действительности этот брэнд не так сильно отличался бы от конкурирующих.

Связь между рекламированием и брэндингом сильная, так как брэндинг объясняет также многие центральные понятия рекламирования. Кроме того, что целью создания брэнда является его связь с определенной компанией, с помощью его стремятся достигать больше власти на рынке. (Rodgers, Thorson, 2012: 436.) Брэнд включает в себе обещание по отношению к продукциям, и их функция – отличаться от конкурирующих брэндов и получать доверие потребителя. Самый простой, и одновременно видимый способ делать свой брэнд запоминающимся – логотип, который действует как эффективное средство коммуникации между потребителем и рекламодателем. Разные имиджи так сильно связаны с каким-либо брэндом, что, потребителю хватит увидеть единственно логотип брэнда, чтобы принять решение покупать что-то (Rodgers, Thorson, 2012: 439). Важно понимать,

что в сознании человека бренды и продукции не только монофункциональные, так как кроме актуального употребления они могут воплотить фантазии и мечты и т.п. (Фещенко, 2003:15). Покупая новые вещи, люди одновременно возьмут их в свою жизнь и сформируют отношение к ним. Вещи являются присутствующими в воспоминаниях людей, и отношение к ним иногда очень эмоциональное.

Выбор имени бренда не всегда беспроблемный, так как компаниям, планирующим расширять деятельность на международном рынке, нужно проверить, функционирует ли данное имя также в новых обстоятельствах, или надо ли его изменить. Хотя потребители на внутреннем рынке хорошо знают бренд, и там он оказывается привлекательным, возможно, что в новом рынке имя не подходит. Имя бренда может получать скрытые значения в новом языке, и не обязательно положительные. Возможные негативные или неприятные ассоциации могут даже влиять на привлекательность целого бренда. (Czinkota, Ronkainen, Zvobgo, 2011: 309.)

3.2.2 Эффект страна происхождения

Эффект страна происхождения – стратегия маркетинга, целью которой является с помощью рекламирования представить какую-либо страну как часть имиджа товара или бренда несмотря на то, где они в реальности созданы (Jaffe, Nebenzahl, 2001:27, цит. по Kelly-Holmes, 2005). Это означает, что компания, которая получает все доходы, может действовать в стране, которая подчеркивается в рекламе, но производство товаров осуществляется где-нибудь в другом месте, где расходы производства намного ниже, например, на Дальнем Востоке.

Данная стратегия эксплуатирует положительные стереотипы национальности или региональности в рекламировании продукции, чтобы потребители соединили ее с брендом. Стереотипы, используемые в рекламировании, по большей части основываются на старых предположениях. В реальности им не надо касаться настоящего рынка или товара, например, что во Франции хорошее вино. (Kelly-Holmes 2005:29.) Хотя употребление культурных стереотипов может казаться немного оскорбляющим, с одной стороны, чтобы рекламный текст функционировал, рекламодателям нужно делать какие-либо обобщения о культуре

и коммуникативном контексте. С другой стороны, употребление стереотипов в рекламе не поможет изменять предубеждения. (Kelly-Holmes, 2005:3.) По нашему мнению, культурные стереотипы употребляются в рекламировании именно потому, что они все еще продают лучше, чем новые идеалистические описания. Все-таки большинство рекламных материалов дают информацию, и потребители вообще не тратят много времени чтобы глубоко рассматривать рекламу.

Используя этот способ в рекламировании, надо взвешивать, какую страну выбирают, чтобы символизировать брэнд, потому что это действует сильно на ожидания от качества продукции. (Czinkota, Ronkainen, Zvobgo, 2011: 313.) Иначе говоря, важно знать какие отношения и предубеждения существуют по отношению к стране происхождения (Schäffner, Kelly-Holmes, 1995: 65). Подчеркивание страны происхождения в рекламной кампании оправдывает себя в тех случаях, когда влияние на ожидания качества положительное. Вероятно, многие западные компании употребляют данную стратегию, рекламируя свои продукты в странах, где конкурировать с ценами невозможно, так как цены локальных брэндов уже и так низкие. Тогда конкурентного преимущества и увеличения доли потребительские товары на рынке нужно достигать другим способом.

3.3 Каналы СМИ рекламирования

В книге «Advertising theory» (Rodgers, Thorson, 2012) подчеркивается, что выбор канала СМИ для рекламирования играет ключевую роль в маркетинговой стратегии компании, потому что это сильно влияет на удачу и прием рекламной кампании. Рекламодателям надо обдумывать, какое СМИ поймет целевую группу эффективно. (Rodgers, Thorson, 2012: 355.) Самая оптимальная ситуация была бы употреблять каждый канал СМИ, чтобы получать большую видимость. В действительности у каждой компании есть свой бюджет рекламирования, в рамках которого действуют и принимают решения, которые считаются самыми доходными. С другой стороны, в рекламной кампании важно инвестировать в

качество, а не только в количество, чтобы выглядеть привлекательными и заслуживающими доверия.

Выбор какого-либо канала СМИ для рекламной кампании влияет на общее представление целой компании (Rodgers, Thorson, 2012: 355). Например, рекламная кампания, которая эксплуатирует новейшую технологию, производит впечатление молодечности и в наследстве целевой группой отбираются, вероятно, те потребители, которые используют данную технологию. В этом случае возможно, что рекламируемые товары предназначены именно для небольшой группы потребителей. Если вместо того в рекламной кампании употребляются каналы традиционных СМИ, адресаты рекламы расширяются значительно, потому что большинство потребителей все еще предпочитают употреблять их. (Там же.)

Рекламодатели понимают и важность следования технологическому развитию и силу традиционных СМИ, поэтому обычно, что у каждого канала планируются свои рекламные кампании. Так как каждый канал СМИ содержит свои типичные характеристики, у потребителей к ним предвзятое отношение. Данные предубеждения влияют на ожидания информативного содержания рекламы. На самом деле, психологическое воздействие даже такое сильное, что настоящее содержание рекламы может стать второстепенным. (Rodgers, Thorson, 2012: 355.) Например, исследовательский материал данной работы рекламная кампания Reima. В данной кампании используемый канал СМИ – интернет сайт компании. Новую технологию эксплуатируют таким способом, что кроме фотографий, употребляются короткие видео, и дополнительную информацию возможно получить, кликнув фотографии. Кроме этого, из информационного окна можно продвигаться и делать покупки в интернет-магазине. Считаем, что такая система создает потребителям качественное впечатление и рассказывает о состоятельности и многосторонности компании. В настоящее время выбор подходящего канала СМИ не обходится без проблем, так как кроме традиционных СМИ, новые формы постоянно распространяются, и рекламодателям нужно все время развивать свой образ деятельности, чтобы угнаться за технологическим развитием. В настоящее время одна из ключевых задач деятельности рекламодателей – найти новые способы приблизиться к целевым группам виртуально. На самом деле, в настоящее время любое действие компании в СМИ считается рекламированием. (Rodgers, Thorson, 2012:315.)

Обширность и многосторонность содержания и свобода выбора пользователей интернета являются проблемами рекламирования в интернете (Cook, 2001:31). У рекламодателей влияние и власть в интернете меньше, потому что трудно контролировать, какие сайты посещаются и какие покупки делаются. Таким образом желаемый адресат рекламы больше не находится под сильным влиянием, и потребительские группы более фрагментарные. В то же время, с помощью интернета можно найти особые группы, у которых потребности отличаются от потребностей подавляющего большинства. (Там же.)

4 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

4.1 История компании Reima

История компании Reima восходит к времени второй мировой войны 1939 г., когда завод производители военной формы компании «Pallo-Paita Oy» был эвакуирован из Хельсинки в городок Канкаанпяя для защиты от воздушных налетов. Хотя деятельность компании возвратили обратно в Хельсинки, после того как угроза нападения была ликвидирована, филиал в Канкаанпяя продолжил также работать, так как работники там оказались эффективными. Строительство действительного заводского здания началось в 1944г., и там деятельность началась в следующем году, под именем «Kankama Oy». Сперва на заводе производили женскую рабочую одежду, но скоро фокусом компании стал детская одежда. (Reima 2016.)

В 1950-х гг. развитие и рост компании были сильные и имя сменилось с «Kankama Oy» на «Reima-Pukine». В этом десятилетии начали разработку прочного материала для детской одежды, потому что в компании считали, что достаточно крепких материалов еще не существовало. В конце 50-е годы данный материал рекламировали под названием «Reilon». В те же годы Reima также начинала первые попытки производства материала на экспорт, центр которого формировался в Скандинавии. (Там же.)

В 1960-70-х годов, был разработан материал «Enstex®», который кроме прочности был и водоотталкивающим материалом. Ко всему прочему при разработке продукции принимали во внимание стильность и течения моды больше, чем раньше. Самый успешный период для материала «Enstex®» был в 70-х годах, именно потому что в Финляндии женщины уже не хотели остаться дома и ухаживать за детьми, а предпочитали выходить на работу. Поэтому прочность и то, что одежда не требовала особого ухода, являлись особенно привлекательными свойствами одежды. Основное внимание производства компании было на детской одежде, но повседневные модели для взрослых и молодежи были также разработаны. (Reima 2016.)

В 1965 г., открылись каналы экспорта в страны Восточного блока. В конце 60-х годов, доля экспорта от целого торгового оборота Reima была 33 %. В 70-е годы экспорт товаров компании расширялся также на Западе, например, в Великобританию. В конце этого десятилетия уже 60% из продукции компании экспортировались, из которого 13% на Восток, где Советский Союз был самой большой страной экспорта. В 1977 компания изменила свое название на «Reima Oy». (Reima 2016.)

1980-е годы доля экспорта на Востоке от целого торгового оборота Reima была уже 50%, и большинство экспортировались в Советский Союз, вместо того продажа на Западе не была так успешна. Однако, успех экспорта в Советский Союз не продлились долго, так как в 1989 г. продажи прекратились. После распада Советского Союза, на исходе десятилетия, Reima оказалась на грани банкротства. (Там же.)

В начале 90-х годов Reima соединилась с компанией «Tutta», производившей детскую одежду из джерси в Ювяскюля, которая также была экономически в тяжелом положении (Reima a). В торговую линейку компании входил также брэнд

«Lassie®», с помощью которого было возможно достигать магазинов уцененных товаров. Выгодная детская одежда, из которой бренд «Lassie®» был известен, продавалась очень хорошо несмотря на годы депрессии, и цифры продажи Reima оставались положительными. (Reima 2016.) Reima продолжала разработку материалов, в результате которого был создан материал Reimatec®, который являлся ветро – и водопроницаемым. В данном материале компания стремилась достичь оптимального уровня соотношения цены и качества. Одежду из данного материала представили сначала в Финляндии, потом в основных странах экспорта, и доля экспорта из торгового оборота скоро выросла до 70%. (Там же).

Чтобы сохранить конкурентоспособность, производство компании прекратили в Финляндии, и в 1996 г. передали в Прибалтику и также в дальневосточные страны, например, в Китай. Бренды «Tutta» и «Lassie®» остались на рынке Финляндии (Reima 2016). В 1997 году компания была продана датским инвесторам из фондов непубличных акций (Reima a).

В начале 2000-е годы компания оказалась в долгах, и была еще раз в тяжелом положении. Стратегия развиваться за счет поглощения не оказалась удачной, и масштабные корпоративные сделки снизили рентабельность Reima. (Reima 2016.) В 2004 компания решила сосредоточиться единственно на детях в возрасте от 0 до 12 лет, таким образом производство товаров для взрослых было остановлено. Данное разграничение целевых групп было хорошим решением, и с тех пор торговый оборот компании сохранил свой рост. В конце года 2004, торговый оборот компании Reima был около 39,3 миллион долларов. (Там же.)

4.1.1 Reima сегодня

2010- е годы стратегия компании Reima – создание сильного, международного бренда и дигитализация. Целями являются предлагать круглогодичный гардероб для активных детей, с головы до ног. (Reima 2016.) В интернет-сайте <http://www.reimashop.ru/about-reima/growing-up-outdoors/> написана миссия компании: *«Компания Reima разрабатывает высококачественную функциональную одежду, чтобы ребенок мог играть и проводить время на улице в любую погоду. Кроме того, мы делимся информацией о преимуществах*

времяпровождения на улице и вдохновляем вести активный образ жизни всей семьей.»

В 2010 году компания открыла отдельные торговые организации в Дании и в России. Интернет магазин в Финляндии открылся в 2010 году, после этого также в странах экспорта, например, 2013 г. в России, Норвегии и Китае. (Reima 2016.) Продукция компании Reima продается в более 30 странах, и в 2016 году доля экспорта от торгового оборота уже 80 %. Компания достигла ведущего положения на рынке Финляндии и в других странах Скандинавии, в России и в Швейцарии. Чистый объем продажи Reima за 2015 год был около 74,5 миллиона евро. (Там же.) На финских предприятиях в Тампере и Вантаа работает около 100 человек и за рубежом – около 120 (Reima a).

4.2 Анализируемый материал и дискурсы

Исследовательским материалом данной работы являются 24 рекламных материала размещенных на интернет-сайте компании Reima. Вместе с фотографиями и текстами объем исследовательского материала 75 страниц (см. приложения). Мы собирали материал данной работы в сентябре 2015 года, и он уже недоступен на сайте компании, потому что рекламные кампании меняются по сезонам.

Материал состоит из финскоязычных и русскоязычных текстов, и количество содержания варьируется от некоторых слов до длинных целостностей. Хотя исследовательский материал относительно большой, замечаем, что в текстах повторяются похожие слова и предложения. Из этого следует, что мы решили использовать только некоторые из них как примеры для дальнейшего анализа. Считаем, что используемые примеры хорошо отвечают на исследовательские вопросы. Приведем примеры по большей части на русском языке, и используем финскоязычные примеры лишь для сравнения различий между данными языками или, когда финскоязычные примеры лучше доказывают наши аргументы.

Главный фокус нашего анализа на рекламных текстах, однако, в некоторых случаях мы анализируем также фотографии, потому что они дополняют сообщение рекламных текстов. Следует заметить, что вообще фотографии являются важной частью целой рекламы, даже неотделимой, таким образом исключение их из анализа не позволило бы нам анализировать дискурсы достаточно тщательно.

При анализе мы нашли четыре дискурса, с помощью которых отвечаем на исследовательские вопросы. Эти дискурсы называем *дискурс свойства продукции Reima*, *дискурс идеального детства*, *дискурс скандинавского происхождения* и *дискурс культурных различий рекламирования*.

4.3 Результаты исследования

4.3.1 Дискурс свойства продукции Reima

Данный дискурс кажется даже слишком самоочевидным, так как мы рассматриваем рекламу, продающую продукцию Reima, и наверно каждый читатель предполагает, что в данных рекламных текстах предлагают информацию о продукциях. Однако, интересным является то, какие свойства особенно подчеркиваются, какие слова используют и какой образ стремятся создать из компании и брэнда. При анализе, мы нашли некоторые темы связанные со свойствами одежды: технология, прочность, функциональность, легкость, безопасность, удобность и стильность. Рассмотрим данные темы подробнее.

Первая тема связана с технологическими свойствами одежды. Слово технология (от *греч. techne* - искусство и *logos* - слово, учение), можно определить, как *«способ преобразования вещества, энергии, информации в процессе изготовления продукции, обработки и переработки материалов, сборки готовых изделий, контроля качества, управления»* (Академик а). Обычно коннотация данного слова – электрическая установка, вычислительная техника и т.д. и легко забывают, что

технология связана с многими иными областями, например, производством одежды. В контексте Reima, технология подразумевает способ производства, качество используемых материалов, например, тканей, и, наконец, как реализуется это все в готовых продуктах, то есть, какие свойства они содержат. Считаем, что при рекламировании подчеркивание разных технологических средств продукции — сегодняшнее явление. Использование компьютеров и компьютерных технологий распространяется постоянно, и все в большей степени технология является частью жизни человека. Таким образом, рекламодатели совершенно эффективно эксплуатируют этот факт в создании рекламных текстов. По крайней мере технология существует на уровне слово; Тушь для ресниц удлиняет или дает максимальный объем из-за какой-либо новой инновационной технологии и т.д. В реальности возможно, что потребитель не замечает значительное влияние рекламируемых новых технологий в реальном употреблении, но это не важно. Более важным является влияние представления рекламного образа.

Что касается одежды, технология является уже ежедневным свойством, особенно в спортивной одежде. Если вернуться обратно во времени, первыми функциями одежды можно считать покрытие тела человека и его защиту. Кроме этого, по нашему мнению, с самого начала, технические средства в одежде были разработаны для спортсменов высшего класса, но постепенно распространились на потребительский рынок. Как мы уже выше напоминали, одна часть стратегии Reima – сосредоточиться на технологическом развитии своих продуктов. Подчеркивание технологических свойств продукции кажется безусловным, так как большинство из рекламируемых технологий – собственные разработки компании.

Итак, в текстах перечислялись множественные различные технические свойства одежды, среди которых, например, *водо- и ветронепроницаемый, блокировка от снега*. Данные свойства можно считать стандартным для детской верхней одежды, поэтому о них напоминают в каждом тексте данной рекламной кампании. Можем обнаружить, что вообще это стандартные свойства каждой качественной спортивной одежды и даже возможно, что потребители предполагают данные свойства принадлежащими каждому предмету одежды.

Следует отметить, что, хотя различные технологии активно используются людьми, и некоторые технические свойства уже самоочевидные, все-таки технические слова не используются в ежедневном употреблении языка людей. Вместо того они часть особого контекста, таким образом их возможно использовать только в некоторых

специальных ситуациях. Иначе, данные слова невозможно использовать в иных контекстах, потому что тогда они потеряют свои значения.

- 1) ... *брюки Reimatec® - взрыв цвета и функциональности!*
- 2) ... *Reimatec®+ с новым высокоэффективным утеплителем на пуховой смеси PrimaLoft®*
- 3) ... *варежки Reimatec® - это прочная классика, защищающая от воды, ветра и холода.*
- 4) *Прочная и функциональная куртка Kiddo®!*
- 5) ... *одежда Reima® устойчива к любым погодным условиям...*

С техническими словами в анализируемых текстах часто используются прилагательные или существительные, которые описывают характеристику материала, чтобы, читая тексты, можно было представить себе какие они в действительности. Reima много рекламирует свои собственные технологии, потому что это показывает многосторонность деятельности компании; она не только производит детскую одежду, но и сама разрабатывает материалы и одновременно развивает целую промышленность. Таким образом в рекламных текстах Reima представлена в роли качественной, компетентной передовой компании. Следует подчеркнуть, что данное формирование имиджа не новое явление в истории компании, так как с начала деятельности Reima хотела разрабатывать свои материалы и свои технологии. На самом деле, они всегда являлись важной частью идентичности Reima, и в рекламировании подчеркивали техничность одежды, чтобы люди соединяли между собой новейшую технологию и бренд Reima®.

Считаем, что разработка технологии и свои материалы одна причина удачи компании. Как мы уже упоминали в главе *Reima сегодня* (см. с. 28), компания защищает ведущее положение на рынках Финляндии, России и в некоторых иных странах. Однако, данное положение не дает без трудности. Несмотря на то, что у компании, занимающей ведущее положение на рынке, оборот самый крупный, ей нужно все время стараться сохранить свою позицию, то есть, постоянно инвестировать в разработку производства, новых технологии и т.д. Это значит, что компания должна быть первой во всем и взять риски также и при неудаче. С другой стороны, если разработка технологии, и еще важнее, ее представление потребителям, удаются, компания получает исключительно все положительное.

Компании также можно запатентовать свою продукцию, после которого компания имеет исключительные права на свою технологию. Под конец, конкурирующие брэнды могут только копировать этот продукт, хотя ясно, что потребители не ценят также высоко, как оригинал, хотя копии обычно являются более выгодными.

Как нам уже известно, Reima хочет подчеркивать свои собственные технологии в рекламировании, однако, в рекламе не нужно объяснить, какими являются рекламируемые технологии. Лишь их существование в тексте влияет на потребителя, и визуального эффекта хватает, чтобы утверждать о качестве одежды. Однако, если потребителя интересует найти точную информацию, например, о *Play Layers*®, ему нужно самому ее искать. Следует отметить, что рекламные тексты должны быть довольно короткие, потому что люди хотят получать информацию быстро и легко. Таким образом слишком длинные тексты или сложные структуры в предложениях не подходят для рекламы. Кроме того, чаще всего потребители не интересуются различным техническим деталям, а большинство хочет делать покупки быстро и просто.

- 6) *Регулируемый съемный капюшон защищает от холодного ветра и обеспечивает дополнительную безопасность*
- 7) *Удобные эластичные подтяжки надежно удерживают брюки и, при желании, отстегиваются.*
- 8) *Прочные силиконовые штрипки позволяют ножкам всегда оставаться на месте.*

В анализируемых рекламных текстах часто напоминают одно техническое свойство, и кратко описываются его функции, чтобы показывать, что каждая деталь имеет свою функцию. Иначе говоря, не одежда производится для того, чтобы разрабатываемые технические свойства могли существовать, а наоборот; данные детали разработаны для одежды, чтобы в одежде были специальные свойства, которые выделяются среди конкурентов. Итак, если в одежде какие-либо технические детали, им нужно также функционировать. В идеальной ситуации они облегчают жизнь, поэтому их с самого начала разрабатывают.

В рекламах Reima дают информацию родителям об употреблении одежды, чтобы они могли представить себе, каким образом одежда функционирует в действительности и также подумать, отвечает ли это их желаниям.

9) *Водопроницаемая мембрана 10 000- 15 000 мм водного столба*

По нашему мнению, упоминание водопроницаемой мембраны в данном контексте – эффект. Потребители не знают, что такие цифры означают, но 10 000 и 15 000 выглядят большими, и цифрами убеждают потребителей в качестве одежды. Цифры создают впечатление, что специалисты тестировали одежду Reima в лаборатории, и после несколько тестов получили данные результаты. Если потребителя интересует реальное значение упомянутые в рекламе цифр, ему нужно самостоятельно найти информацию, так как в рекламе Reima не дает дополнительную информацию, например, какова обычно средняя величина водопроницаемой мембраны и т.д. Потребителю не приведут примеры или предмет сравнения, таким образом данные цифры являются только эффектом рекламы.

Если потребитель заинтересуется техническими деталями, информацию на сайте компании можно найти довольно легко. Reima разделила свою продукцию на три категории: Reima®, Reimatec® и Reimatec®+, чтобы облегчить выбор подходящей одежды в различных ситуации. Первая группа (Reima®) – для прогулок, не требующих интенсивного движения; в таком случае, водозащита материала составляет 3000 мм. Одежда второй группы (Reimatec®) для более спортивных и активных условий, следовательно водозащита уже 8000-15 000 мм. В третьей группе (Reimatec®+) одежда содержит больше технических и спортивных деталей, и она разработана, например, для катания на лыжах. В этой группе водозащита до 15 000 мм. (Reima b). По нашему мнению, данные цифры дают какое-то представление, но все-таки они не связаны с реальностью, то есть, продукцию надо использовать, чтобы понять, что данные цифры действительно означают.

Вторая повторяющийся тема в рекламировании компании – прочность.

10) *Сверхпрочные зимние брюки...*

11) *...брюки сделаны из сверхпрочного водо- и ветронепроницаемого материала.*

12) *Прочные силиконовые штрипки...*

13) *Прочная ткань...*

Прилагательное *прочный* часто встречается в текстах. Почему авторы текста не использовали другие слова, синонимы к данному слову, например, *надежный*,

крепкий (Академик b)? Наверно в рекламе повторение определенных слов является более эффективным, чем разнообразное употребление языка. Несмотря на то, что с помощью фотографий можно эффективно демонстрировать рекламное сообщение и апеллировать к эмоциям и т.д., роль текста нельзя забывать. Текст предлагает информацию конкретно и детально. Обычно рекламные тексты являются довольно короткими, потому что людей не интересует читать их глубоко. Поэтому содержание текстов является важным. Из рекламы информацию хотят получить быстро, таким образом рекламные тексты должны быть и легко читабельным. Итак, если рекламодатель в коротком тексте хочет формировать какой-либо впечатление, повторение определенных слов — эффективный способ.

Рекламирование прочности одежды все-таки не совсем новая тема для Reima. На самом деле, рекламное сообщение компании в течение многих лет не изменилось, так как уже в 50-е годы Reima подчеркивала в своих рекламах прочность своих продуктов, и подчеркивала также то, что детская одежда не должна быстро изнашиваться, чтобы детям можно было играть так буйно как они хотят. Роль родителей – покупать достаточно качественную и прочную одежду. (Roivainen 2012: 131.) Reima не изменила свое рекламное сообщение, потому что тема является вневременной (там же).

Несмотря на тот факт, что дети быстро растут, и одежда становится быстро слишком маленькой, важно, что одежда тем не менее является прочной. Детский способ двигаться отличается сильно от взрослых, так как они могут играть на четвереньках, сидя и т.д., и координация детей еще не развивалась, то есть, им возможно неожиданно падать, и т.д. Иначе говоря, дети используют свою одежду более всеобъемлющим образом, чем взрослые. Из-за этого также следует, что детская одежда загрязняются быстрее, и постоянная стирка изнашивает ткани. Reima стремится убеждать потребителя, что их продукция выдерживает это все.

- 14) *Более крепкий материал в нижней задней части комбинезона гарантирует прочность.*
- 15) *Укрепленные части брюк не имеют внутренних швов, что придает им особенную прочность...*
- 16) *На рукавах и заднем подоле куртки имеются прочные усиления...*
- 17) *Мы наложили прочное уплотнение на те части брючин, которые легко изнашиваются.*

Обычно в одежде есть некоторые части, которые изнашиваются быстрее чем другие, это не новый факт, и также это не касается только детской одежды, а любой. Reima хочет подчеркивать, что компания принимала во внимание также этот факт в обработке одежды, и рассказывает в текстах, какие части стали более прочными. В данных рекламных текстах описываются ясно места укрепления, чтобы убедить потребителей в том, что Reima все предварительно и тщательно обдумала. Потребителям более легко покупать товары, если рекламные тексты достаточно детально описывают качество продукции, и у покупателей не возникают вопросов или неуверенности. Считаем, что такая информация о детской одежде не требует особого специалиста, так как наверное каждый родитель, а также другие, кто, например, работают с детьми, знают, какие части быстрее всего изнашиваются.

Третьей темой рекламных текстов является функциональность. Разработка функциональной одежды также одна из миссий Reima.

18) *отлично смотрится как на склонах гор, так и в городе*

19) *Функциональные детали позволяют детям проводить на улице целый день*

20) *...разрабатываем самую функциональную одежду для детей в мире*

Подчеркивание функциональности зимней одежды важно, потому что обычной проблемой теплой одежды является неуклюжесть, если при разработке забывается функциональность, и концентрируются только на том, чтобы одежда была теплой. Поэтому считаем, что в зимней одежде важно то, что она одновременно и достаточно теплая, и в ней возможно двигаться гладко и приятно. Важно заметить, что слово *функциональность* можно использовать для различных целей. В рекламе Reima это слово имеет универсальное значение. Хотя в рекламе подчеркиваются технические свойства и спортивность, данные меры не исключают возможность носить одежду также в других ситуациях, например, в городе. Следует добавить, что функциональность одежды также подразумевает, что она подходит для *любой погоды*. Например, если дети играют на улице, и пойдет дождь, мокрый снег и т.д., им не надо пойти домой менять свою одежду, а они могут играть беспрерывно.

Хотя физическая культура важная часть имиджа компании, и спортивность брэнда занимает прочное место в целой рекламной кампании, Reima стремится показывать, что компания является не только производителем детской спортивной

одежды, но продукция имеет универсальное назначение. Несмотря на уровень физической активности детей, Reima® – правильный бренд. Отметим, что существуют и дети, кому не нравится заниматься спортом или играть на свежем воздухе, но им также нужна верхняя одежда. Если бы бренд Reima® был лишь спортивным, возможно, что потребители, предпочитающие ежедневную одежду спортивной не считали бы его привлекательным. Рекламируя свою продукцию как многофункциональную, и подходящую каждому ребенку, Reima привлекает покупателей из нескольких групп потребителей.

Легкость является четвертой темой рекламных текстов. Reima рекламирует легкость и простоту своих продуктов, и стремится убедить родителей в том, что покупка одежды компании делает жизнь более легкой. Например, материал зимней куртки *отталкивает воду и грязь*, что прямо рассказывает о том, что одежда очевидно не сразу становится грязной, и родители экономят время, выбирая одежду Reima.

21) Мамы и папы, этот комбинезон не требует особого ухода

22) Верхняя одежда Reima® выполнена из грязеотталкивающих и простых в уходе материалов...

Жизнь в современном мире – связана со спешкой, по крайней мере такое представление существует среди людей. В современном обществе человек должен быть эффективным и продуктивным членом общества; посвящать себя работе, основывать семью, потреблять и покупать, платить налоги и т.д. Иначе говоря, свободного времени остается мало. Статистический центр Финляндии исследовал времяпровождение финских семей в 1999-2000 г. В исследовании интервьюировали семьи, в которых оба родителя работали, и 75% из информантов ответили, что они считают себя занятыми и хотели бы проводить больше времени со своими детьми. (Pääkkönen, 2010:109.) Отметим, что большую часть дня люди проводят на рабочем месте, а остальных часов должно хватить для необходимых занятий, времяпровождения с детьми, увлечений и расслабления. Из этого следует, что люди хотят проводить свое свободное время как им нравится, и, следовательно, необходимые ежедневные занятия, как стирка, уборка, приготовление пищи и т.д., не должны занимать слишком много времени. Можно сказать, что эффективность

присутствует везде, так как после необходимых занятий остается немного свободного времени, которое также надо проводить эффективно.

В рекламе Reima подчеркиваются легкость, простота и быстрота чтобы апеллировать к родителям, которые в той фазе своей жизни, когда дети еще маленькие, работы много, но времени мало. Они хотят пользоваться любой возможностью для облегчения жизни. Кроме того, в рекламе также даются некоторые советы, как облегчить жизнь. Например, куртку *можно сушить в центрифуге*, что делает процесс стирки более эффективным.

23) *Зимние кроссовки легко надеваются... даже малыши могут сами обуваться для прогулки, например, в детском саду.*

Во время одевания, дети могут энергично двигаться, и их трудно одевать, потому что они могут из какой-либо причины сопротивляться или они не хотят идти на улицу. Это означает, что родителям нужно стараться делать все как можно быстрее. В финскоязычных текстах часто используются слова, которые указывают на быстрое движение, например, *sujahtaa* 'ускользнуть', *liukas* 'гладкий', *luistaa* 'подвигаться', *sujauttaa* 'сунуть'. У читателей образуются представление о легкости одевания и употребления одежды. Добавим еще, что часть легкости заключается в том, что дети могут сами одеваться, когда они достигли определенного возраста. Если дети научились одеваться сами, жизнь родителей будет легче.

24) *разработана с мыслью о детской безопасности*

25) *...безопасный съёмный капюшон*

Пятая тема в рекламировании Reima – *безопасность* продукции. Когда говорят о детях, подчеркивание безопасности наверно никогда не является достаточным. Считаем, что также необходимо напоминать, что продукция безопасна и не вредит детям. В текстах часто используются слово *безопасность*, чтобы убедить потребителей в том, что Reima прежде всего производит безопасную детскую одежду. По нашему мнению, старая финская пословица «*Leikki on lapsen työ*» (по-русски: *Игра – работа детей*), подходит для использования в данном контексте.

Существует общее мнение о том, что детство должно быть довольно беззаботное. Роль родителей – заботиться, что их детям не надо волноваться о делах, которые им невозможно понимать, например, о безопасности. Родителям надо обеспечивать, что их дети могут свободно расти. В текстах создают образ о том, что в одежде Reima, дети защищены, и родители могут спокойно пускать детей играть на улице также самостоятельно.

26) *Светоотражающие детали обеспечат видимость в темноте.*

27) *... множество светоотражающих деталей*

Видимость в темноте часть безопасности. Дети не всегда обращают внимание, что происходит вокруг них, и не понимают, что в темноте из двигающихся машин видимость не так оптимальная, как при дневном свете. Если у детей нет светоотражателей в одежде, риск попасть под машину более очевиден.

Шестая тема рекламных текстов – стильность. Reima хочет подчеркивать, что хотя одежда спортивная и разработана для движения, она не выглядит скучной или некрасивой, а наоборот; кроме всего функциональности, спортивности и т.д., одежда *великолепно выглядит* или *станет модным выбором*.

28) *Помпон на затылке контрастного цвета дополняет внешний вид шапочки*

29) *Попробуйте носить него с одеждой с принтом*

В текстах дают советы, как одеваться стильно. Используемые выражения являются довольно обыкновенными, потому что похожие выражения много используются, например, в журналах или в телевизионных программах, которые обращаются к стилю и моде. Данные выражения стремятся увлечь потребителей попробовать рекламируемые продукты, и улучшать настроение, чтобы потребители чувствовали себя более уверенными, и в результате они покупали бы, что им продают. Языковая форма данных советов обычно вежливая, но они могут содержать призывы, цель которых – побудить потребителей попробовать новые продукты. Считаем, что данный способ даже самый привлекательный и эффективный. Например, если люди попробуют одежду, которую раньше не хотели, они чувствуют себя смелыми,

и их уверенность в себе — на более высоком уровне. Тогда легче делать покупки, так как чувства счастья и удачи дают сильные эмоции. Таким образом рациональное поведение легче забывать.

30) Расцветка шарфа прекрасно сочетается со всеми нашими осенними и зимними моделями одежды

Reima делает замечание, что аксессуары и одежда из осенних и зимних коллекций сочетается, то есть, компания и следует новейшим трендам и разрабатывает классику. Здесь хотят также рассказывать, что, хотя каждый сезон будут новые тренды, и Reima хочет сохранять свежесть частей имиджа, все-таки у них есть какое-то единообразие в них коллекциях, например, в расцветках или в принтах. Данное замечание показывает потребителям, что стильность не обязательно требует покупки целого комплекта одежды каждый сезон. Кроме этого, у детей шарфы и шапочки служат более долгое время. В то же время, куртки, брюки и обуви должны покупать чаще, потому что дети вырастают.



фото 1

Стиль можно лучше демонстрировать в фотографиях, потому что на них возможно конкретно видеть, как одежда выглядит (см. фото 1). Ясно, что в фотографиях

данной рекламной кампании дети одеты от головы до ног в одежду Reima. Фотографии предлагают советы для одевания; какие аксессуары сочетаются с одеждой, как выглядят различные предметы одежды вместе и т.д. Например, в фото 1 на девочке та же самая куртка и слева, и справа. Цель данной фотографии – показывать, как стиль меняется, когда выбирают различные аксессуары.

По нашему мнению, такие фотографии привлекают покупать больше, чем планировалось, так как потребителю может быть нужен только один предмет одежды. Увидев демонстрацию стилистической целостности, где появляется также та продукция, которую собираются покупать, вместо того, чтобы купить только эту вещь, купят и каждый предмет одежды представленный на фотографии. По нашему мнению, целостность выглядит такой привлекательной, что потребитель чувствует сильную нужду покупать все, хотя в действительности данные продукты он может быть не использует. Иначе говоря, такие фотографии заставят потребителя делать импульсивные решения. Когда принятие решение является импульсивным, обычно забывается рациональность; как много денег тратят, и что в реальности нужно покупать. С другой стороны, следует заметить, что необоснованные покупки положительно влияют на продажи компании.

31) в самых ярких расцветках этого сезона

По нашему мнению, во время темных времен года, особенно во время полярной ночи, в верхней одежде используются много чистых и ярких цветов, потому что красочная одежда бодрит в серые дни и улучшает настроение людей. Однако, когда наступает весна и лето, предпочитают более мягкие цвета, потому что природа уже не только белая или серая, и солнце начинает светить. Считаем, что детская одежда чаще всего является яркой, потому что родители хотят, чтобы их дети носили веселую, цветную одежду. Кроме этого, дети легче выделяются в толпе, так как взрослые обычно предпочитают более нейтральные и темные цвета, например, черный, серый или темно-синий. В коллекции Reima используются много цветов, однако, оттенки довольно традиционные. Несмотря на некоторые исключения, в одежде для девочек используют светло-красный, белый и сиреневый, и для мальчиков темно-синий и зеленый (см. фото 2, внизу).



фото 2

32) *Для тех, кто хочет выделяться!*

Подчеркивание индивидуальности также довольно обыкновенная характеристика в рекламе. Reima рассказывает, что одежда *супероригинальная*, а если действительно задуматься, никто из клиентов Reima или иных больших производителей одежды не является оригинальными. Одежда является результатом массового производства, и предметы одежды производят тысячами. Если человек действительно хочет быть уникальным, ему нужно сам шить свою одежду, либо покупать ее от дизайнеров, которые производят только несколько штук одного предмета одежды. Несмотря на это, люди хотят чувствовать себе особенными, и может быть немного больше, что их дети — особенные. Мысль о том, что никто не уникальный, каждый человек такой же как другие, подавляют и жизнь может казаться незначительной. Родители предпочитают своих детей детям других, поэтому рекламирование уникальности привлекает покупателя. Можно также сказать, что вообще в рекламе эксплуатируют неуверенность людей. В рекламных сообщениях обещают, что, если рекламируемую продукцию покупают, тогда желания потребителей исполняются, и их жизнь ближе к идеалу.

4.3.2 Дискурс идеального детства

В этом дискурсе рассматриваем, каким образом в анализируемых текстах появляется идеальный образ детства с точки зрения Reima. Хотя целевая группа компании – дети от 0 до 12 лет, в данных рекламных текстах можно видеть много намеков о идеале ребенка и детства.

33) для активных любителей приключении

В текстах подчеркивается активный образ жизни, и прилагательное *активный* часто используется. Целая жизнь может быть активная, поэтому такими являются и *игры, приключения, отдых*, и вообще *времяпровождение*. Из этого можем делать вывод, что какая-либо пассивность у детей нежелательное качество. Существует вечный разговор среди людей о лениности новых поколений, и молодежь считают всегда более пассивной, чем их родителей. Вообще беспокоятся, что дети не преуспеют в жизни, поэтому активность стараются стимулировать уже в раннем детстве. Тогда более вероятно, что дети усваивают здоровый образ жизни и продолжают это во взрослом возрасте, и они не останутся вне общества, а найдут в нем свои места.

Идеалы всегда существует, однако, следует подчеркивать, что в реальности не каждый ребенок активный, хочет заниматься спортом или гулять на улице. В данном контексте ясно, почему идеальный образ детства связан с активностью и движением. Reima продает спортивную верхнюю одежду, поэтому в рекламировании данные характеристики видны. Итак, например, дети играющие в компьютерные игры не подходили бы для рекламы, потому что они не символизируют имидж брэнда. Идеальный образ детей не новое явление и касается не только данной рекламной кампании Reima, а вообще рекламирования детской одежды. Общий идеал в рекламировании – краснощекий, здоровый и бодрый ребенок, который весело играет и двигается (Roivainen, 2012:139).

В Финляндии уже 1950-е годы начали подчеркивать положительное влияние физической культуры на рост и развитие детей и как подходящая одежда позволяет прогулки в свежем воздухе. До этого дети не так много гуляли в свежем воздухе,

потому что люди считали, что это вредно для здоровья, даже опасно. Избежание прогулок на свежем воздухе было способом для уменьшения детской смертности. У людей не было много денег, чтобы покупать одежду своим детям, а в каждой семье шили одежду сами, и материалы не были так качественные. Кроме этого люди не знали, как одеть детей соответственно погоде, и зимой риск замерзнуть являлся довольно большим. Однако, в течение 50-е годы зажиточность семьи немного выросла, и одежду было возможно покупать готовой. Из этого следовало, что дети начинали больше гулять в свежем воздухе, и подчеркивание пользы этого уменьшилось, потому что люди сами могли видеть действия своими глазами. (Roivainen, 2012:135-137.)

Тема подчеркивания спортивности и физической культуры является актуальной и сегодня, а причины не те же самые. Проблема не с тем, что люди не знали бы о различных элементах здорового образа жизни. Несмотря на всю информацию, физическая активность уменьшается, и одновременно привычки питаться станут более нездоровыми, и результат – ожирение. Сегодня количество детей с избыточным весом растет все время. Проблема касается всего мира, так как в 2014 г. около 41 миллиона детей в возрасте 5 лет имели избыточный вес или ожирение (WHO). В Финляндии 2016 г. из детей дошкольного возраста 5-10 % с избыточными весами, и из школьного возраста около 10-20 % (MLL), в России 2015 г. ожирение наблюдается у 20% детей («Век»). Причин избыточного веса много, но физическая активность играет ключевую роль; несущественная физическая активность может причинять кроме ожирения и другие проблемы со здоровьем, такие как высокое кровяное давление, плохой холестерин, затруднение в дыхании и т.д. (Krakow, 2011: 1).

Когда говорят о детях и их проблемах, надо помнить, что родители – те, кто ответственны за все, потому что детям невозможно влиять на выбор своих родителей. Родители предлагают возможность двигаться и заниматься спортом, и дети выучат свой образ жизни дома, так как они самостоятельно не умеют и также не могут делать решения, которые касаются их жизни. Родители действуют примерами целой жизни своих детей, таким образом, если физическая культура и здоровый быт не являются важными, детям очень трудно стараться жить иначе. Можно утверждать, что в рекламных текстах Reima также рассказывают о идеале родителя, хотя очень имплицитно. Счастливого и хорошего детства не бывает, если родители не содействуют.

- 34) *...пока вы наслаждаетесь перерывом.*
- 35) *... после активного катания на лыжах, в снэк-баре...*
- 36) *...насладиться горячим шоколадом*
- 37) *во время зимнего отдыха*

Идеальные родители проводят время с семьей, и на каникулах вся семья отдыхает на лыжном курорте. Там родители предлагают детям многочасовые веселые приключения в свежем воздухе и также позволяют детям наслаждаться жизнью, например, пить горячий шоколад с друзьями. Итак, считаем, что функция идеального родителя – он облегчает жизнь своих детей, чтобы они могли жить свободно, беззаботно, безопасно и весело. Несмотря на то, что он дает детям свободу играть и гулять, все-таки он всегда заботится, чтобы детям не холодно и все было в порядке.

Люди всегда мечтают о отпуске и хотят путешествовать, потому что будние дни самая большая часть жизни человека. Рекламные тексты, которые описывают совершенный отпуск, где веселые дети пьют горячий шоколад в кафе лыжного курорта, являются очень привлекательными. Путешествие и различные опыты принадлежат к идеалу жизни. Реклама включает в себе мысль о том, что покупка одежды Reima уже ближе к идеалу, может быть и ближе к отдыху в зимнем курорте. Итак, покупая продукцию компании, родители покупают также идеальную жизнь детей; улыбающиеся лица, активные, веселые дни, фантастические игры и т.д. Как будто одежда дала бы данные свойства детям, и родителям уже не надо волноваться. Это факт, что каждый родитель все-таки надеется, что его дети счастливые и жизнерадостные, несмотря на реальность образа жизни семьи, или денежные и духовные ресурсы целой семьи.

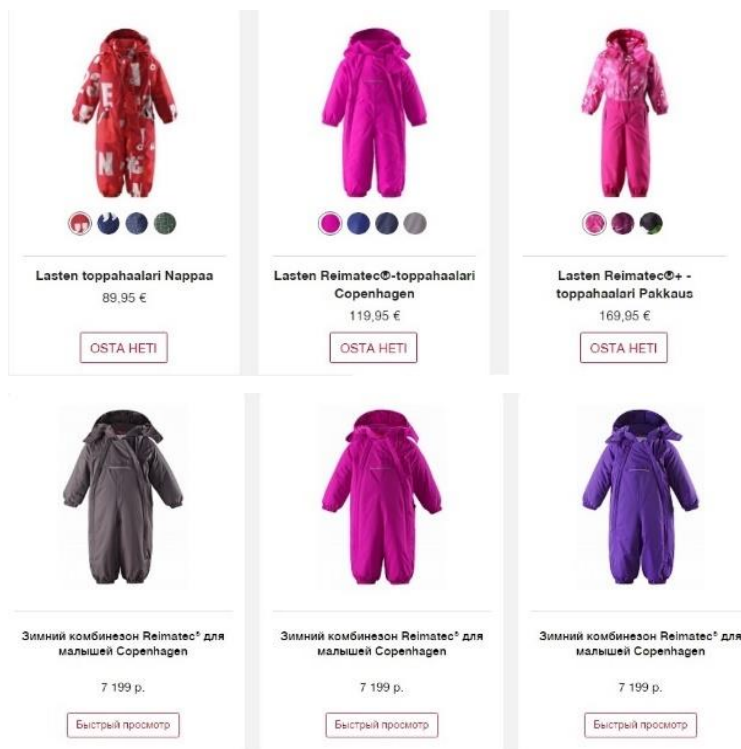


фото 3 (reima c, reima d)

На фото 3 хотим показать, что, хотя Reima рекламирует свою одежду качественной, но одновременно не дорогой, все-таки она не является очень выгодной. Это означает, что потребители с ограниченными средствами не могут покупать данную одежду. На самом деле, данным потребителям также невозможно поехать отдыхать на лыжный курорт со своими детьми, то есть, идеальной жизни рекламы невозможно достичь. Reima разрабатывает одежду детей 0-12 лет, однако, ясно, что более точная целевая группа – потребители относящиеся к среднему классу, так как у них есть больше денег и возможностей покупать более дорогие и качественные вещи своим детям.

38) ... для активных маленьких рыцарей и принцесс
 ...для маленьких супергероев
 ...любителей прогулок
 ...покоритель снежных замков
 ...непоседы на скоростном спуске
 ...исследователь Арктики

Дети называются в текстах различными именами, и они получают различные роли. Названия немного ласкательные и апеллируют к эмоциям родителей. С именами

можно отождествлять себя, найти наиболее подходящую роль для ребенка, и потом покупать идеальную одежду, например, своему *исследователю*.

Ясно, что используемые названия связано с обыкновенными играми детей. Роли супергероев, рыцарей и принцесс не исключительно принадлежат зимним играм, а можно сказать, что они круглогодичные фавориты детей. Однако, и здесь активность играет самую большую роль, так как даже *принцесса*, которая обычно изображена с тонкими манерами, и она ждет спокойно, когда рыцарь ее спасает, вместо того является активным деятелем. Однако, *покоритель снежных замков* и *непоседы на скоростном спуске* — такие роли, что зима — это ключевая часть игры. Кроме этого данные имена содержат активный аспект игры, поэтому слово *активность* необходимо отдельно напоминать. Активность многостороннее понятие, которое не прямо означает буйство, хотя обычно дети являются энергичными. Поэтому среди различных ролей также *исследователь Арктики* и *любитель прогулки*, потому что они показывают любопытство детей. Некоторые дети более спокойные, то есть, *покорители* или супергерой им не подходят.

4.3.3 Дискурс скандинавского происхождения

В данном дискурсе в центре внимания находятся подчеркивание скандинавского и финского происхождения Reima, то есть, каким образом *эффект страна происхождения* появляется в рекламной кампании. Нас особенно интересуют средства, с помощью которых строят имидж скандинавской компании, и какие стереотипы используются. В данном дискурсе анализируем много фотографий, потому что на уровне текста только названия некоторых продуктов указывают эффект страна происхождения. Кроме этого, обсудим почему Reima подчеркивает Скандинавию в рекламировании, и почему финское происхождение является важным элементом рекламы также в Финляндии.

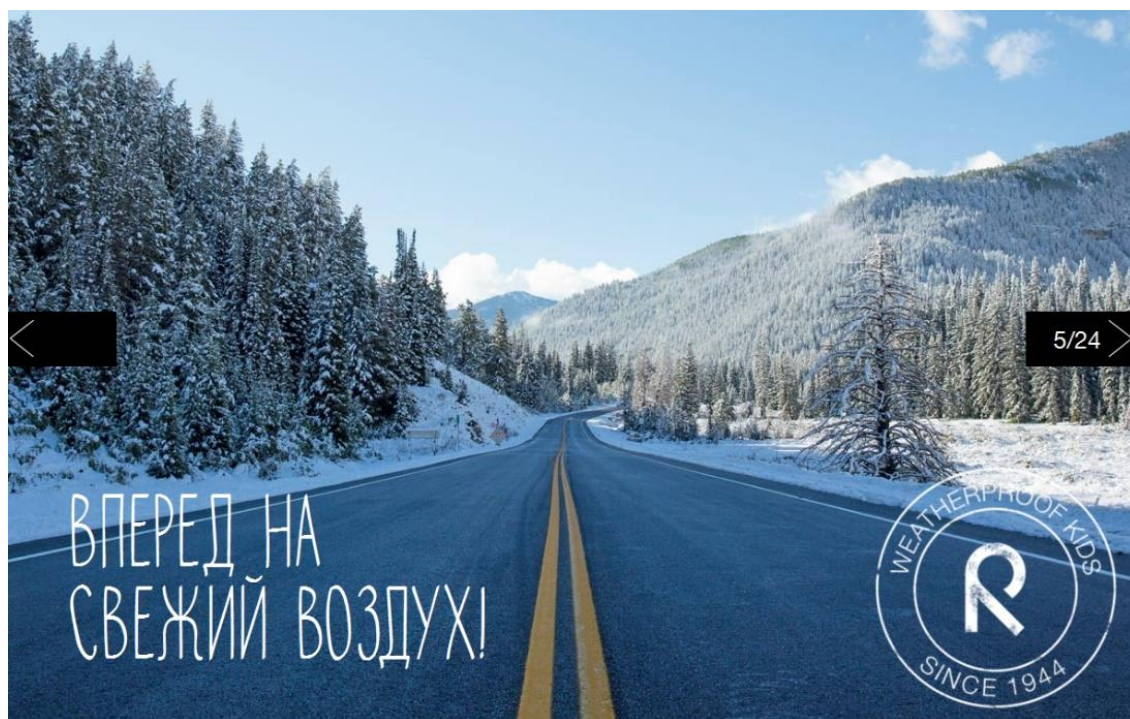


фото 4

Зима сильно ассоциируется с Финляндией и Скандинавией. Конечно, данная рекламная кампания о зимней одежде, таким образом совершенно ясно, что среда зимняя. Несмотря на это, зима является одним из стереотипов Финляндии и Скандинавии, и его эксплуатируют в любом рекламировании финских продуктов. Следует обратить внимание также на то, что самый большой туристский сезон в Финляндии – зима, во время которой зимние курорты в Лапландии наполняются за счет туристов из-за границы. В Финляндии много инвестируют в туризм, потому что туристы тратят много денег. Таким образом, они помогают местным предпринимателям, которые без туризма не могли бы продолжать свою деятельность. Можем даже утверждать, что зима является важным временем года в Финляндии.

Итак, в фото 4 представляются различные положительные зимние клише. Ландшафт снежный, погода солнечная, но все-таки выглядит холодной, потому что в фотографии расцветка в холодных тонах. Атмосфера в фотографии спокойная и тихая, вокруг дороги только чистая природа, и ни города, ни иных жилищ человека нет на виду. Нам нужно заметить, что именно с помощью природы и чистоты рекламируют Финляндию и Скандинавию. Данные элементы видны во многих фотографиях; снег чистый и белый, небо голубой. Хотя фото 4 из шоссе, обочины дороги все-таки чистые, то есть, мусора или грязи нет, а природа выглядит

нетронутой. Следует отметить, что в рекламных текстах говорится также о прогулках по городу, однако, дети там не представляются, а среда в фотографии либо в природе, либо в студии. Финский городской пейзаж не такой привлекательный, как романтическое воображение экзотической природы.



фото 5

Стереотип скандинавского человека – у него светлые волосы, светлая кожа и голубые глаза. Дети, выбранные в рекламную кампанию, соответствуют этому стереотипу по большей части. Например, девочка в фото 5 дополняет каждый пункт скандинавского стереотипа человека, поэтому она в большой роли в данной кампании; ее фотографии начинают и заканчивают представление коллекции. Кроме этого, в данной фотографии (фото 5) происхождение Reima подчеркиваются довольно ясно, так как Финляндию упоминают два раза, первый на русском языке, а второй на английском. На буквах «ф» и «и» (Finland), иллюстрируют финский флаг. Следует отметить, что, хотя Reima хочет соединить свой бренд с Скандинавией, однако, Финляндия более важна, потому что она является страной происхождения.

Необходимо обратить внимание также на то, что в фото 5 подчеркивают именно «финский дизайн». Причин несколько; во-первых, финский дизайн уважаемый и знаменитый также на международном уровне. Например, в 2012 г. Хельсинки был

Мировой Столицей дизайна (suomi.fi). Во-вторых, дизайн продукции Reima единственная деятельность производства, которая еще действует в Финляндии, остальная деятельность за границей. Таким образом, дизайн является также и единственным делом, которое можно рекламировать как полностью финское.

На фото 5 еще одно дело, которое указывает на финское происхождение; марка Design from Finland®, которую публиковали в 2011 г., чтобы показать ключевую роль финского дизайна в успехе финских предприятий. Марка рассказывает потребителям как в Финляндии, так и за границей о качестве дизайна, и также что компании инвестировали в финский дизайн. Данная марка предоставляет продукцию или обслуживание на три года. (Suomalaisen työn liitto a.) Reima использует данную марку в рекламировании. Это означает, что компания получила признание извне, или от незаинтересованной стороны. Считаем, что марка укрепляет рекламное сообщение компании о финском происхождении.



Фото 6

По нашему мнению, естественность представление детей в фотографии также часть скандинавского имиджа. Ясно, что каждая ситуация в рекламе оформляемая. Однако, дети выглядят естественными, так как у них не слишком много макияжа, и у мальчиков (см. фото 6) волосы в беспорядке, как будто они несколько минут назад входили бы домой и снимали шапки. В данной фотографии, как и в многих

других, выражения и позы такие, как будто фотограф не слишком много режиссировал позирование детей. Может быть впечатление естественности формируется вдобавок из того, что в каждой фотографии происходит что-то. Из этого следует, что, концентрируясь на действии, дети легче забывают неестественность ситуацию фотографирования.

Дети на фотографии представляют ко всему прочему еще одно значение, ассоциирующееся со Скандинавскими обществами: благополучие. Дети выглядят здоровыми, лица и одежда чистые. Несмотря на тот факт, что в рекламных текстах говорится о грязеотталкивающих материалах и различных играх, грязи в фотографии нет. Высокое качество детской одежды объясняется тем, что в Финляндии высокая уровень жизни, то есть, благополучие отражается также в том, как дети одеты.

39) *Spegling, Frisk, Toppen, Fjell, Stockholm, Vinst*

40) *Likka, Nirikko, Serkku, Tenho, Pulkka*

На уровне текста эффект страна происхождения появляется в названиях продукций. У некоторые продукции англоязычные названия, но это показывает интернационализм брэнда. Большинство названия все-таки финскоязычные, либо их связь с другими странами Скандинавией довольно ясная. Например, значение слова *Frisk*, по-шведски, по-норвежски и по-датски те же самое: *свежий, здоровый* (*sanakirja*). Окончательно, следует отметить, что само название компании *Reima* указывает *country-of-origin effect*.

Для иностранцев названия типа *Hekku, Tupsu* – экзотичные и вероятно отделяются от конкурирующих брэндов. Однако, для финнов данные названия также важные, так как они дают впечатление об отечественной компании. В Финляндии вообще отечественные товары значат качество. Здесь мы хотим обратить внимание на то, что в Финляндии отечественную работу и производство рекламируют активно все время, и вообще финны уважают отечественные продукции и компании. Уважение к отечественной продукции наверно является следствием того, что все в большей степени финские компании передают свою деятельность за границу. Расходы производства намного дешевле там, в результате чего в Финляндии заводы прекращают работу, люди остаются без работы. Итак, в Финляндии стараются

сохранять деятельность отечественных производителей, потому что их мало. Финские предприятия стремятся поддерживать многими способами, и сейчас существуют различные кампании, которые дают информацию потребителям, чтобы они покупали больше отечественных продуктов. Одна из таких – кампания *Sinivalkoinen jalanjälki*, которая является сотрудничеством Союза финской работы (Suomalaisen työn liitto), магазинов компании Kesko, производителей продовольственных товаров, и производителей иных товаров. Цель данной кампании – напоминать потребителям, что покупка финские продукции, одновременно сохраняет рабочие места в Финляндии. (Suomalaisen työn liitto b.)

41) Сбоку на куртке есть светоотражающий принт в стиле старой фабрики Reima в Финляндии.

Хотя Reima также среди тех компаний, производство которой находится в Азии, мы считаем, что имидж брэнда совсем финский. Reima уже так давно действовала в Финляндии, и несмотря на цифры экспорта, компания не стремилась менять свой имидж. Может быть именно из-за того, что репутация Финляндии всегда была хорошая за границей, подчеркивание финского происхождения всегда был основным козырем при продаже. Reima хочет показывать, что уважает свои корни в Финляндии, таким образом история компании также важная, а не только будущее. Один способ рассказывать об истории и уважать прошлое, например, добавить определенные детали в одежду.

4.3.4 Дискурс культурных различий рекламирования

В данной рекламной кампании Reima используются те же самые фотографии, поэтому найти культурные различия оказывается невозможным. Однако, мы нашли различия между финскоязычными и русскоязычными текстами. Вообще в текстах подчеркиваются те же самые дела, потому что рекламируемые продукты те же самые, то есть, их свойства не меняются, хотя язык рекламирования другой. При анализе мы заметили, что в обоих культурных контекстах существуют собственные способы использовать язык. Кроме этого в рекламировании принимали во внимание некоторые межкультурные различия, которые связаны с ценностями и

отношениями. Во-первых, рассмотрим различия употребления языка в рекламировании, во-вторых, каким образом русскоязычные рекламные тексты отличаются от финскоязычных по содержанию.

42) *Taskut ovat oiva säälö pikkuaarteille, kokeile vaikka kuinka monta käpyä mahtuu yhteen taskiin!* / *в карманы на молнии можно положить все необходимое, когда пойдете на прогулку!*

В финскоязычных текстах употребление языка оказывается, по нашему мнению, немного свободным, то есть, язык не соответствует норме литературного языка. На самом деле в текстах используются количественно много разговорных выражений, например, *пуховая куртка* на финском языке – *'untsikka'*, и брюки, которые легко одеть – *'sisäänhyppyhousut'*. Хотя данные слова являются разговорными, все-таки их не используют в ежедневном разговорном языке. Они наверно изобретены специально для этой рекламной кампании, то есть, авторы данных текстов хотели найти совсем новые выражения, которые звучат смешными и детскими. Считаем, что финскоязычные тексты также довольно приятельские, и некоторые выражения похожие на разговор, например, «*Rinteiden hirmut hoi!*» либо «*Kuka eka rinteessä?*».

Вместо того, русскоязычные выражения являются довольно формальными и фактическими; адресата реклама обращаются на «Вы», по этикету русского обращения, никогда на «ты», как на финском языке. Выражения, которые не соответствуют норме литературного языка, ограничиваются, из чего следует, что впечатление в текстах немного серьезнее, чем в финскоязычных текстах. Менеджер по маркетингу Риика Пааккунайнен рассказывает, что обычно авторы русскоязычных рекламных текстов являются российскими, и их родной язык русский. Авторы либо работники Reima в России, либо переводчики из бюро переводов. (Paakkunainen, 10.11.2016.) Данная информация важна для нас, потому что можем делать вывод, что официальность употребления языка в рекламировании происходит из культурных привычек, а не из недостаточной компетентности переводчиков, родной язык которых финский.

43) *Pihalla voi leikkiä peppu kuivana tunnista toiseen/ ... не вспомеют во время многочасовых игр.*

44) *Pikkuinen perpu russyu lämpimänä* / *малыши не замерзнут*

На финском языке возможно более открыто использовать некоторые слова, так как *perpu* – *попа*. Использование данного слова в контексте рекламы, то есть, в публичном тексте, в Финляндии наверно никого не смущает, потому что в данной кампании его используются несколько раз в различных выражениях. О потении и замерзании детей в текстах говорится много раз, но почему в этой связи в финском языке нужно напоминать слово *popa*? Считаем, что здесь не хотят подчеркивать именно определенную часть тела детей, а использование ласкательных форм апеллирует к эмоциям родителей. Между тем в русском языке используются более нейтральные выражения, потому что в публичном тексте существует свои правила, о чем можно говорить и о чем нельзя, и они более строгие чем на финском языке. Может быть напоминание некоторых части тела вызывает немного смущения, так как это — личные дела. Однако, следует заметить, что в русскоязычных текстах появляются и ласкательные слова, например, *малыш*, но они более формальные чем в финском языке.

45) *Herkkuhuivi* / *приятный шарф*

46) *Housuja joka lähtöön!* / *Брюки на любой вкус!*

Более свободное употребление языка, наверно, также одна причина того, что в финскоязычных текстах используются больше игры слов, и выбор прилагательных является также более широким. С другой стороны, русский язык – язык, на который переводят, из которого следует, что некоторые выражения или слова невозможно перевести прямо, так как они может быть не получают те же самые значения чем на оригинальном языке (см.с.15-16). Например, для выражения *Herkkuhuivi* или игра слова *Housuja joka lähtöön* были бы довольно трудно найти подобные русскоязычные варианты, итак, вместо данных слов должны использовать альтернативные выражения, хотя впечатление уже не те же самое.

Если выражение *Housuja joka lähtöön* переведут буквально на русском языке (*Брюки на каждый уход*), это не будет значить ничего, поэтому используются выражение «*на любой вкус*», но это не единственная причина. Внешний вид одежды

привлекает русских потребителей больше, чем функциональность. Одежду не покупают из-за ее функциональности, а важно, что новые предметы одежды соответствуют стилю потребителя и выглядят хорошими. Поэтому подчеркиваются стиль и вкус потребителей. Вместо того в финском контексте хотят подчеркивать именно функциональность одежды. Следует отметить, что в Финляндии существует свой вариант для выражения «на любой вкус», 'jokaiseen takuun', но это не используется, потому что в Финляндии предпочитают функциональность любого товара. Особенно в детской одежде данная характеристика важнее, чем внешний вид. Иначе, финны покупают одежду первоначально соответственно цели использования. Итак, «Housuja joka lähtöön» значит, что в коллекции Reima брюки для каждой функции. С другой стороны, выражение является также ловким, потому что использование слово *lähtöön* указывает на движение, которое подходит для контекста рекламировании спортивной одежды.

По нашему мнению, Reima стремилась к тому, чтобы рекламные кампании на каждом рынке были бы так одинаковы, как возможно. В фотографиях это получается, потому что обыкновенный каталог одежды с фото довольно стандартизован, однако, на текстовом уровне одинаковость является уже немного проблематичной, и некоторые различия неизбежны. Принимая во внимание данные факты, можем делать вывод, что многосторонность финскоязычных текстов и ограниченность русскоязычных объясняются также тем, что рекламные тексты данной кампании были сначала написаны на финском языке, и потом переведены на иные. Перевод текстов наверно намного дешевле, чем написание собственных соответственно каждой целевой культуре. Окончательно, как уже несколько раз в данной работе мы рассказывали, люди не проводят время читая рекламные тексты внимательно. Таким образом, большие инвестиции их создание компаниям не стоит делать, хотя какие-то стандарты качества они должны держать.

47) *Ulkoleikit saavat jatkua pitkälle iltaan, jos vanhemmat sen sallivat, sillä haalarissa on paljon yksityiskohtia, jotka pitävät huolen, että talviseikkailijat näkyvät pimeänkin tullen.*
/ Маленькие любители приключений могут гулять на улице допоздна, потому что Вы сможете видеть их в темноте благодаря светоотражающим деталям.

48) *Pimeän tullen heijastavat yksityiskohdat pitävät huolen, että lapsi loistaa pimeässä. / Светоотражающие детали «звездочка» не позволят потерять ребенка из видимости в темное время суток!*

В примерах 51 и 52 можно видеть различные культурные отношения к детям, подробнее, каким образом финские и русские обычаи прогулок на свежем воздухе отличаются друг от друга.

Из данных текстов можно толковать, что в Финляндии дети играют на улице самостоятельно, так как в текстах не напоминают, что родители присутствуют. На самом деле одежда получает роль защитника, так как светоотражатели одежды *pitävät huolen (заботятся)* о безопасности детей. Таким образом, ответственность родителей как будто передают одежде, и родители могут спокойно позволять своим детям играть также вечером. Однако, в примере 51 показывают, что в Финляндии детям нужно спрашивать своих родителей, позволяют ли они детям пойти играть. Добавим, что обычно родители хотят еще знать, куда дети пойдут, и с кем, но данную информацию хватит рассказать, чтобы дети могли играть безопасно и спокойно.

Рассматривая русскоязычные тексты, можно видеть даже совсем противоположное отношение, потому что здесь ни разу напоминают, что дети могут играть на свежем воздухе самостоятельно. Из этого можем прийти к выводу, что, если дети не играют сами по себе, тогда они гуляют на улице со своими родителями. В русскоязычных текстах одежда только помогает родителям, так как светоотражающие детали *не позволяют потерять ребенка из видимости*. Здесь подчеркиваются именно ответственность родителя за своих детей, и также намекают, что детям нужны быть постоянно в пределах видимости родителей. Если из какой-либо причины они потеряют ребенка из видимости, что-то плохое может случиться или уже случилось.

Русские родители кажутся немного осторожными относительно безопасности своих детей, наверно потому что внимательное ухаживание — часть понятия воспитание детей. Кроме того, в России в больших городах может быть так опасно, например, много транспорта, что детям невозможно гулять самостоятельно. Существуют и другие причины для осторожности. В 2013 г. рассказали, что каждый день в России пропадают около 50 детей, из которых каждого пятого не

находят, или они обнаруживают убитыми (Tatcenter). Таким образом родители не хотят потерять ребенка из видимости, потому что угроза похищения существует. Следует также сравнивать данные факты с ситуацией в Финляндии. В Финляндии детям можно играть на улице более свободно, несмотря на то, что их также защищают от опасности транспорта. Похищение детей случается редко, и 2000 -е годы существуют только несколько случаев, и в каждом из них дети нашлись живыми (Tenhunen, 2012).

4.4 Основные выводы

Анализируя рекламную кампанию Reima «Lookbook – зима 2015», мы нашли четыре дискурса, с помощью которых рассматривали рекламирование в финских и русских контекстах: дискурс свойства продукции Reima, дискурс идеального детства, дискурс скандинавского происхождения и дискурс культурных различий рекламирования.

Во-первых, дискурс свойства продукции Reima показывает, что в данной рекламной кампании есть несколько тем, которые связаны со свойствами продукции. Подчеркивание техничности, прочности, функциональности, легкости, безопасности и стильности одежды формирует имидж компании как производителям спортивной одежды, пионера промышленности и эксперте в детской одежде. В описаниях различных функций свойств одежды убеждают, что, покупая одежду Reima, потребителям не надо покупать иную, потому что она является прочной и качественной, функционирует в различных ситуациях, и ее легко и просто использовать. Кроме того, Reima обещает, что одежда проста в уходе, то есть, родители экономят время и могут проводить больше время со своими детьми. Reima подчеркивает еще, что хотя одежда является спортивной и функциональной, дети все-таки выглядят уникальными и стильными, соответственно новейшим трендам. Итак, видим, что данная рекламная кампания Reima довольно обыденная, так как в текстах рекламируемые продукты являются положительными, несравненными и совершенными.

Во-вторых, в дискурсе идеального детства представляют идеальный образ жизни. Здесь подчеркивается активность целой жизни, и положительные действия физической культуры выигрывают в ключевой роли. С точки зрения Reima активные и спортивные дети – веселые, счастливые и здоровые. В анализе мы принимали во внимание тот факт, что, хотя сегодня люди знают, как жить здорово, и какого положительное влияние физической культуры на развитие детей, все-таки физическая активность уменьшается и есть привычки питаться нездорово. Из этого следуют различные проблемы, например, избыточный вес и это несет с собой иные угрозы для здоровья. Поэтому подчеркивание активного образа жизни в рекламной кампании Reima является актуальной темой.

Кроме идеала детства, в этом дискурсе имплицитно формируется также образ идеального родителя, так как родители ответственны за все, что касается жизни своих детей. Иначе говоря, без идеальных родителей, идеального детства не будет. Идеальные родители показывают, как жить активно и счастливо, они заботятся о безопасности своих детей, чтобы дети могли только играть беззаботно. Кроме того, во время каникул идеальные родители отдыхают со своими детьми на лыжном курорте, где они дают возможность наслаждаться жизнью. По-нашему мнению, в рекламе намекают на то, чтобы предлагать вышеупомянутые переживания, у идеальных родителей есть достаточно денег. Это означает, что семья с ограниченными средствами не может достичь данных целей, из которого делаем вывод, что идеальная целевая группа Reima – потребители, относящийся к среднему классу.

В-третьих, в дискурсе скандинавского происхождения мы рассматривали, каким образом эффект страна происхождения появляется в фотографиях и рекламных текстах, то есть, как Reima подчеркивает скандинавское и финское происхождение. Мы нашли, что в рекламе эксплуатируют различные стереотипы Скандинавии, такие как зима, природа, чистота и внешний вид скандинавского человека. В фотографиях среда зимняя, снег чисто белый, природа выглядит спокойной даже нетронутой. В начале и в конце рекламной кампании в фотографиях выступает девочка, у которой голубые глаза, светлые волосы и белая кожа. Кроме этого дети выглядят очень здоровыми, и представление их в рекламе кажется естественным, например, позирование и жесты. Считаем, что данные элементы являются также важной части имиджа Скандинавии и Финляндии.

Однако, Reima хочет еще больше подчеркивать финское происхождение, чем скандинавское, поэтому в рекламах упоминают именно финский дизайн и историю компании в Канкаанпяя. Следует отметить, что дизайн продукции Reima является единственной деятельностью, которая еще действует в Финляндии. Компания не совсем финская, таким образом рекламировать иные разделы деятельности как финские невозможно. Важно заметить, что финское происхождение Reima не только рекламируется за границей, но также в Финляндии, потому что отечественные продукты являются важными для финнов. Кроме того, в Финляндии уважают отечественную работу, и отечественные продукты означают качество. С другой стороны, уважение к финским продуктам и предприятиям в последнее время объясняется также тем, что финские компании все время передают свою деятельность за границу, и те редкие фирмы, которые еще действуют в Финляндии, стараются сохранять. Поэтому в Финляндии существуют различные кампании, которые дают потребителям информацию о финских продукциях и предприятиях.

В-четвертых, в дискурсе культурных различий рекламирования мы сравнивали финскоязычные рекламные тексты с русскоязычным. Мы заметили, что на финском языке употребление языка является в более неформальным, и в текстах используются много разговорных выражений. Употребление языка также так свободно, что авторы текстов, вероятно, сами изобретали некоторые слова специально для данной рекламной кампании. Кроме этого финскоязычные тексты приятельские, и некоторые выражения похожи на разговор. Вместо того, русскоязычные тексты формальные, и соответствуют норме литературного языка. Формальность – часть языка рекламирования, и в России существуют более строгие ограничения об употреблении языка. С другой стороны, формальность и ограниченность языка русскоязычных текстов также результат перевода. На финском языке некоторые игры со словами такие, что им трудно найти русскоязычные соответствия, поэтому их исключили из русскоязычных текстов.

Второе культурное различие касается отношения к детям. Мы нашли, что в Финляндии дети играют больше сами по себе, и ответственность защитника в рекламных текстах дают одежде и светоотражающим деталям. Однако, полной свободы у детей в Финляндии нет, потому что им надо спрашивать своих родителей, позволяют ли они пойти играть. Таким образом, можем сказать, что в Финляндии родители могут довольно спокойно пускать детей на улицу самостоятельно. Детям возможно играть более свободно и безопасно, потому что

большие угрозы не существуют. В России ситуация является совершенно противоположной, потому что в русскоязычных текстах подчеркивают, что родители гуляют со своими детьми, и отражающие детали в одежде только помогают. Мы заметили также, что в России детям нужно всегда быть в поле видимости родителей. Если это нет, в текстах имплицируют, что что-то плохое может случиться детям. Данная осторожность в России связано с культурной привычкой воспитания детей, но кроме этого в России детям более опасно гулять самим по себе, потому что различных угроз в больших городах много больше, чем в Финляндии, например, транспорта и риска похищения.

Таким образом утверждаем, что данная рекламная кампания Reima является довольно обыкновенной, так как имидж и продукции компании представляются привлекательными и совершенными. Кроме этого в рекламе потребителям рекламируют идеальный образ жизни, и убеждают, что в одежде Reima дети станут счастливыми и активным. В конце концов, мы нашли некоторые культурные различия в текстах. Однако, анализ одной рекламной кампании не дает достаточно широкую картину о явлении. В будущем возможно продолжить подробнее исследование по данной теме, используя больше материала.

5 ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Темой данной работы являлось рассмотрение рекламной кампании Reima «Lookbook- зима 2015» в финских и русских культурных контекстах. Цель работы была рассмотреть, какие значения подчеркиваются в рекламе, как сказывается эффект страна происхождения, и отличаются ли русскоязычные рекламные тексты по содержанию от финскоязычных и почему. Методом нашего исследования являлся дискурс-анализ, и мы использовали также некоторые теории маркетинга. Материалом исследования послужили 24 рекламы из интернет-сайта финской компании Reima.

Мы считаем, что в данной работы использование теории дискурса и маркетинга оказались подходящей комбинацией, так как мы смогли изучить употребление языка также с точки зрения рекламирования, который на наш взгляд переводит исследование на более глубокий уровень. Намеревались исключать фотографии из анализа. Однако, при исследовании нам показалось, что анализ и текста и фотографии в некоторых случаях, позволяет доказывать наши аргументы более тщательно. Поэтому мы выбрали и использовать визуальную точку зрения. Можем еще утверждать, что исследовательский материал данной работы был достаточно широкий. Считаем, что мы нашли ответы на исследовательские вопросы, и мы смогли достаточно широко спроецировать рассматриваемые явления на социокультурный контекст. Под конец нужно подчеркнуть, что данная работа является только коротком обзором рекламирования детской одежды и культурных различий рекламировании, поэтому мы не можем делать глобальные выводы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ИСТОЧНИКИ

<http://reima.fi/fi>

<http://www.reimashop.ru/>

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

«Век». 04.06.2015. *В России количество женщин и детей с ожирением бьет все рекорды*. Электронная газета «Век». <https://vek.ru/v-rossii-kolichestvo-zhenshhin-i-detej-s-ozhireniem-bet-vse-rekordy> дата ссылки 19.11.16

Краснова, Т.И., 2011. *Другой голос: анализ газетного дискурса русского зарубежья 1917-1920(22) гг.* под. ред. Л.Р. Дускаевой. СПб.: Издательство «Северная звезда»

Tatcenter. 06.02.2013 *Похищение и убийства детей в России*. Интернет-портал TatCenter.ru., деловой центр республики Татарстан. <http://tatcenter.ru/article/121842/>
Дата ссылки 25.11.16

Фешенко, Л.Г. 2003. *Структура рекламного текста*. Санкт-Петербург: Петербургский институт печати

Филлипс, Л. Йоргенсен, М.В. 2004. *Дискурс-анализ. Теория и метод. Пер. с англ.* Хариков: Издательство Гуманитарный центр

Cook, Guy. 2001. *The Discourse of advertising 2nd edition*. London: Routledge

Czinkota, M.R. Ronkainen, I. Zvobgo, G. 2011. *International marketing*. UK: Cengage Learning EMEA

Fairclough, N. 1995. *Media Discourse*. London: Edward Arnold

Gee, J.P. 2006. *An introduction to discourse analysis, theory and method 2nd edition*. UK: Routledge

Goddard, Angela. 1998. *The Language of advertising, written texts*. London: Routledge

Johnstone, Barbara. 2002. *Discourse analysis*. Oxford: Blackwell
Kelly-Holmes, Helen. 2004. *Advertising as multilingual communication*. Basingstoke: Palgrave

Kotler, P. Armstrong, G. 2012. *Principles of marketing 14th edition*. England: Pearson Education Limited

Krakow, Eve. 2011. *Physical activity in early childhood: Setting the stage for Lifelong healthy habits*. Canada. Printing: SIUM http://www.excellence-earlychildhood.ca/documents/parenting_2011-04.pdf дата ссылки 20.11.16

Lavikka, Tiina. 2012. *Perfect parents: Portrayals of Parenthood in Advertising*. Pro gradu- tutkielma. Lappeenranta teknillinen yliopisto.

Mills, Sara. 2004. *Discourse 2nd edition*. London: New York, Routledge cop.

MLL. *Lapsen ylipainon ehkäisy*. Интернет-сайт организации «Mannerheimin lastensuojeluliitto»
<http://www.mll.fi/vanhempainnetti/tietokulma/lapsenruokailu/painonhallinta/> дата
ссылки 16.10.2016

Pääkkönen, Hannu. 2010. *Perheiden aika ja ajankäyttö Tutkimuksia kokonaistyöajasta, vapaaehtoistyöstä, lapsista ja kiireestä* (2010) Helsinki: Tilastokeskus
http://tilastokeskus.fi/tup/julkaisut/tiedostot/isbn_978-952-244-248-2.pdf дата ссылки
13.11.2016

Schäffner, Christina. Kelly-Holmes, Helen. 1995. *Cultural Functions of Translation*.
Clevedon: Multilingual matters

Suomalaisen työn liitto a. Интернет-сайт организации «Suomalaisen työn liitto»
поддержка финской работы <http://suomalaintyö.fi/yrityksille/design-from-finland/>
дата ссылки 22.11.16

Suomalaisen työn liitto b <http://suomalaintyö.fi/kuluttajille/> Интернет-сайт
организации «Suomalaisen työn liitto» поддержка финской работы дата ссылки
22.11.16

Suomi.fi. *Fine arts and Finnish design*. Сайт информации из Финляндии и
обслуживания в Финляндии
https://www.suomi.fi/suomifi/english/services_by_topic/culture_and_communications/culture_and_art/fine_arts_and_finnish_design/index.html дата ссылки 21.11.16

Tenhunen, Asta. 25.09.2012. *Lapsen sieppaus on äärimmäisen harvinaista Suomessa*.
Электронный журнал *Savon Sanomat*. <http://www.savonsanomat.fi/kotimaa/Lapsen-sieppaus-on-%C3%A4%C3%A4rimm%C3%A4inen-harvinaista-Suomessa/399195>
дата ссылки 25.11.16

Reima a <http://www.reimashop.ru/about-reima/our-story/> дата ссылки 4.10.2016

Reima b <http://www.reimashop.ru/product-guide/our-product-levels/> дата ссылки
15.10.2016

Reima c <http://www.reimashop.ru/catalog/clothes/kombinezony/> дата ссылки
20.11.2016

Reima d <https://www.reima.com/fi/Taaperot/Taaperoiden-ulkovaatteet/Haalarit-ja-setit/c/t33> дата ссылки 20.11.2016

Rodgers, Shelly. Thorson, Esther. 2012 *Advertising theory*. New York: Routledge

Roivainen, Päivi. 2012. *Terve, reipas, ja punaposkinen! lasten ulkovaatteet ja ihanteellinen lapsuus*. Sananjalka 54 (2012), s.123-142.
<http://elektra.helsinki.fi.ezproxy.jyu.fi/se/s/0558-4639/54/terverei.pdf>

WHO. *Ожирение и избыточный вес*. Интернет-сайт Всемирной организации
здравоохранения. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/ru/> дата ссылки
19.11.16

НЕОПУБЛИКОВАННЫЙ МАТЕРИАЛ

Reima 2016. Неопубликованный очерк фирмы Reima

Raakkunainen, Riika. 3.10.2016 Сообщение в электронной почте.

СЛОВАРИ

Mot- sanakirja <https://mot-kielikone-fi.ezproxy.jyu.fi/mot/jyu/netmot.exe>

Jelisejev, Juri. 2011. Suomi-Venäjä-Suomi-sanakirja. Juva: Bookwell Oy

Академик а

http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_synonims/144109/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B9 дата ссылки 15.10.2016

Академик б http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/14610 дата ссылки 8.11.2016

Sanakirja <http://www.sanakirja.org/search.php?q=frisk&l=15&l2=17> дата ссылки 21.11.16

ПРИЛОЖЕНИЯ



TUNTUREIDEN
TOUAVEKSPERTTI ANNA
#REIMAKID

+

<

2/24 >

MEILLÄ ON MISSIO!

Reima on lasten ulkoilu- ja liikunnan puolestapuhuja. Uskomme siihen, että aktiivinen elämäntapa ja raikas ulkoilu kasvattavat onnellisia ja terveitä lapsia.

Jo vuodesta 1944 lähtien olemme työskennelleet ulkoilu-riemun puolesta, ja aiomme jatkossakin olla maailman johtava lasten ulkovaatteiden asiantuntija.

+

ИССЛЕДОВАТЕЛЬ
АРКТИКИ АННА
#REIMAKID

+

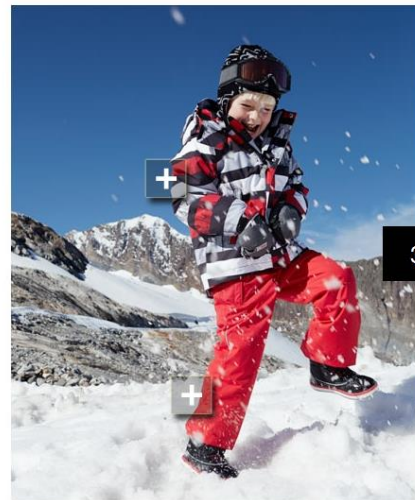
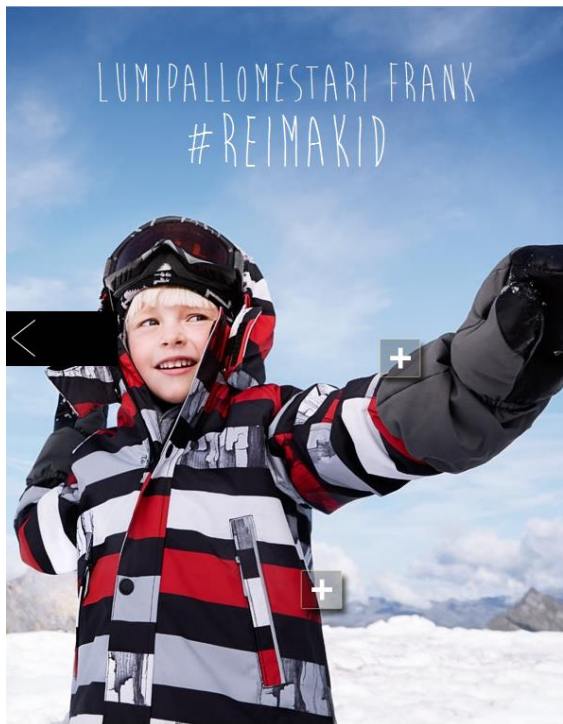
<

2/24 >

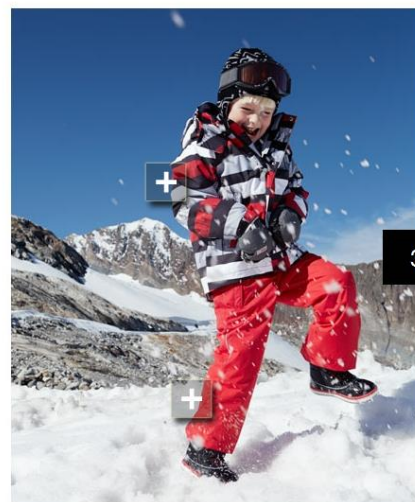
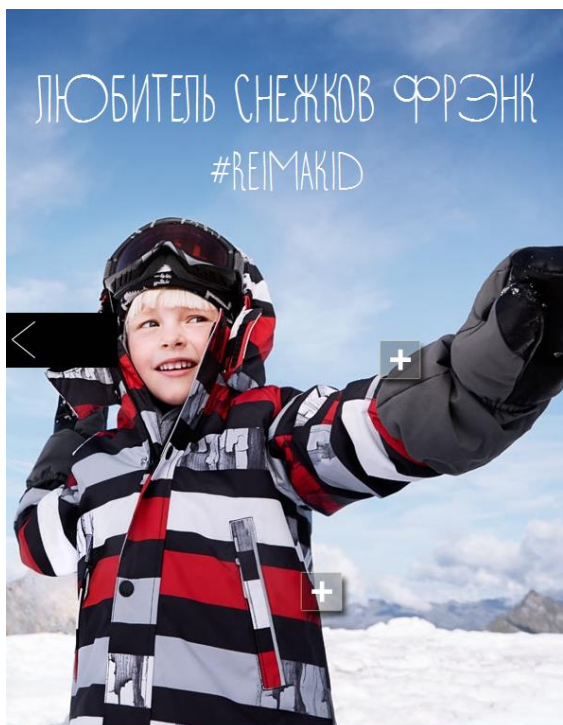
У НАС ЕСТЬ МИССИЯ!

Reima делает все, чтобы сделать пребывание детей на открытом воздухе комфортным и приятным. Мы верим, что активный образ жизни и игры на улице - это залог счастливого и здорового детства. Благодаря такому подходу, с 1944 года мы с радостью разрабатываем самую функциональную одежду для детей в мире. Теперь дети могут наслаждаться прогулками независимо от погоды!

+



Reimatec®-kintaat ovat kestävä klassikko, joka suojaa vedeltä, tuulelta ja pakkaselta. Nyt paransimme niitä entisestään, uusi **PrimaLoft®-untuvasekoite** on superlämmän, mutta kuitenkin kevyt ja joustava. Täydellinen valinta lumileikkeihin ja loskasaaleille.



Варежки **Reimatec®** - это прочная классика, защищающая от воды, ветра и холода. Мы нашли способ сделать их еще лучше. Новый утеплитель на пуховой смеси **PrimaLoft®** обеспечивает дополнительное тепло, сохраняя при этом гибкость и легкость. Отличное решение для игры в снежки!

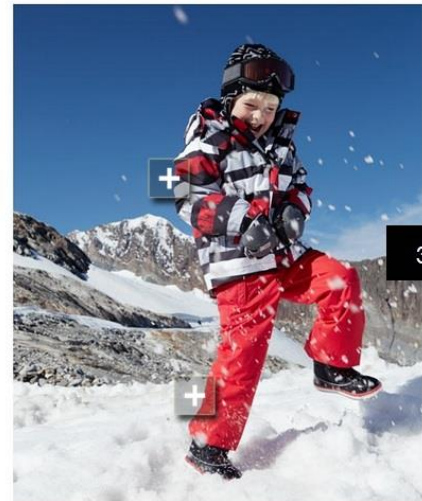
LUMIPALLOMESTARI FRANK
#REIMAKID

Lasten topparukkaset Nouto
koot: 002-006

Suosittu, toimiva talvirukkanen, jonka materiaali hylkii vettä. Lämmin teddyvuori.

- Taaperoiden ja lasten rukkaset
- 100% teddyvuori
- Vahvikkeet kämmenissä ja peukaloissa
- Sopii moneen asukokonaisuuteen, helppo pukea

OSTOKSILLE



Reimatec®-kintaat ovat kestävä klassikko, joka suojaa vedeltä, tuulelta ja pakkaselta. Nyt paransimme niitä entisestään, uusi **PrimaLoft®-untuvasekoite** on superlämmän, mutta kuitenkin kevyt ja joustava. Täydellinen valinta lumileikkeihin ja loskasäälle.

ЛЮБИТЕЛЬ СНЕЖКОВ ФРЭНК
#REIMAKID

Детские зимние варежки Nouto
размеры: 002-006

Популярные функциональные зимние рукавицы из водонепроницаемых материалов. Утепленные.

- Детские варежки
- Подкладка 100% полиэстер, пушистая
- Усиление на ладони и большом пальце
- Базовая модель, легкие в одевании

КУПИТЬ



Варежки **Reimatec®** - это прочная классика, защищающая от воды, ветра и холода. Мы нашли способ сделать их еще лучше. Новый утеплитель на пуховой смеси **PrimaLoft®** обеспечивает дополнительное тепло, сохраняя при этом гибкость и легкость. Отличное решение для игры в снежки!

LUMIPALLOMESTARI FRANK #REIMAKID

Lasten Reimatec®-toppatakki Vinst
koot: 92-140

Raikasta rataa yllä ja vauhdilla pulkkamäkeen! Tämä lasten toiminnallinen ja täysin vedenpitävä toppatakki sopii säälle kuin säälle! Veden- ja tuulenpitävän takin kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi, jotta talviseikkailusta voisi nauttia mahdollisimman pitkään, lämpimänä ja kuvana! Takin materiaali myös hengittää, joten se ei hiosta vauhdikkaassakaan menossa. Suoran mallisen takin saa haluttaessa säädettyä helmasta istuvammaksi, näppärä etenkin, jos takissa on hieman kasvuväaraa. Irrotettava ja säädetty huppu lisää turvallisuuutta ukoleikeissa, sillä se irtaoo helposti, jos se jää johonkin kiinni. Hihansuissa on tarrasaato, joten ne saa kiristettyä sopiviksi toppahanskojen kanssa. Sileä polyesterivuori helpottaa pukemista, sillä se luistaa mukavasti välikerrosasu vasten. Huomastihan, että toppatakkiin saa helposti monet Reiman välikerrosasuista kiinnitettyä näppärällä Play Layers® -nepparikinnityksellä! Heijastavat yksityiskohdat pitävät huolen, että innokkaat ulkoilijat näkyvät pimeänkin tullen.

Helppo-oitoinen, toiminnallinen toppatakki on talven luottovaruste!

- Lasten vedenpitävä talvitakki
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava huppu
- Kaksi vetoketjutaskua
- Säädetty helma
- Turvalliset, heijastavat yksityiskohdat

OSTOKSILLE



3/24

Reimatec®-kintaat ovat kestävä klassikko, joka suojaa vedeltä, tuulelta ja pakkaselta. Nyt paransimme niitä entisestään, uusi PrimaLoft®-untuvasekoite on superlämmin, mutta kuitenkin kevyt ja joustava. Täydellinen valinta lumileikkeihin ja loskasäälle.

ЛЮБИТЕЛЬ СНЕЖИНОК FRANK

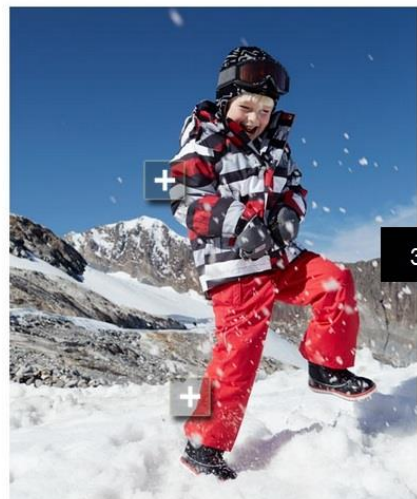
Детская зимняя куртка Reimatec® Vinst

размеры: 92-140

Одеваем полоску и вперед кататься на санках! Функциональная и полностью водонепроницаемая зимняя куртка подойдет для любой погоды. Все швы этой водо- и ветронепроницаемой куртки проклеены, так что зимние приключения могут продолжаться столько, сколько захотите, при этом Вы не замерзнете. Кроме того, дышащий материал не даст Вам вспотеть во время активных игр. Для хорошей посадки, прямой покрой куртки можно отрегулировать на подоле, также это уместно, если куртка была куплена на вырост. Съемный регулируемый капюшон обеспечивает безопасность при активном времяпрепровождении на открытом воздухе, так как легко снимается. Манжеты регулируются с помощью липучки для лучшего сочетания с теплыми варежками или перчатками. Гладкая подкладка из полиэстера позволяет легко надевать куртку, также к ней можно пристегивать промежуточный слой. Обратите внимание, что куртка оснащена специальными кнопками Play Layers®, что позволяет пристегивать к ней промежуточный слой Reima® для дополнительного тепла и комфорта. С наступлением темноты светоотражающие детали позволят не потерять из виду маленького авантюриста. Эта простая в уходе куртка - незаменимая вещь этой зимой!

- Водонепроницаемая зимняя куртка для детей постарше
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съемный капюшон
- Два кармана на молнии
- Подол регулируется
- Безопасные светоотражающие детали

КУПИТЬ



3/24

Варежки Reimatec® - это прочная классика, защищающая от воды, ветра и холода. Мы нашли способ сделать их еще лучше. Новый утеплитель на луговой смеси PrimaLoft® обеспечивает дополнительное тепло, сохраняя при этом гибкость и легкость. Отличное решение для игры в снежки!

HOUSUJA JOKA LÄHTÖÖN!



БРЮКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!



HOUSUJA JOKA LÄHTÖÖN!

Lasten Reimatec®-toppahousut Tenho

koot: 92-128

Erittäin kestävät, alkuperäiset ORIGINALS-malliston toppahousut on suunniteltu aktiivisille lapsille. Näiden täysin vedenkestävien housujen kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi, jotta ulkona voisi viihtyä koko päivän maenlaskussa, kuivana ja lämpimänä.

Toppahousujen materiaali pitää tuulta, mutta hengittävyytensä ansiosta se ei hiosta vauhdikkaassakaan menossa. "Sisäänhyppyhousut" saa vyötäröltä säädettyä lapselle sopiviksi - suoran mallin ja joustavan kuminauhavyötärön ansiosta housut istuvat monenlaisille vartalotyypeille ja ovat helppo pukea. Kestävät, silkkiniset jalkalenkit pitävät huolen, että lahkeet pysyvät paikallaan vauhdissa mukana ja lumistopparit supullahkeissa estävät kylmät yllätykset. Vetoketjutaskuun saa tärkeimmät pikkutarat säilöön ulkoiluun ajaksi.

- Lasten vedenpitävät toppahousut, ORIGINAL-malli
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Kestävä materiaali
- Saadettava vyötärö
- Vetoketjutasku
- Kestävät silkkiniset jalkalenkit

OSTOKSILLE



4/24

TE

KIDDO
LIGHTNING

PROCYON

БРЮКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

Детские зимние брюки Reimatec®

Tenho

размеры: 92-128

Сверхпрочные зимние брюки из коллекции ORIGINALS подходят для активных любителей приключений на свежем воздухе. Все швы в этих полностью водонепроницаемых брюках проклеены, чтобы обеспечить максимальный комфорт во время веселых игр на улице в любую погоду. Благодаря ветронепроницаемому, пропускающему воздух материалу детям будет комфортно играть на улице, они не вспотеют. Регулируемая эластичная талия и прямой покрой этих брюк обеспечивают хорошую посадку, легко надеваются и подходят для любого типа фигуры. Прочные силиконовые штрипки позволяют ножкам всегда оставаться на месте. Благодаря блокировке от снега холод останется снаружи. В карманы на молнии с клапанами можно положить всё необходимое, когда пойдёте на прогулку.

- Водонепроницаемые зимние брюки для детей постарше, модель ORIGINAL
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Прочный материал
- Регулируемая талия
- Карман на молнии
- Прочные силиконовые штрипки

КУПИТЬ



4/24

TE

KIDDO
LIGHTNING

PROCYON

HOUSUJA JOKA LÄHTÖÖN!

Lasten Reimatec®-toppahousut Loikka

koot: 92-140

Supersuosittu lasten ORIGINALS-malliston henkiselihousut saa tänä talvena kauden trendiväreissä! Erittäin kestävästä materiaalista tehdyt toppahousut ovat myös täysin vedenpitävät: housujen kaikki saumatkin on teipattu vedenpitäviksi. Tuulenpitävä ja hengittävät materiaali takaavat, että ukkona viihtyy vaikka koko päivän pukkamaassa, kuivana ja lämpimänä. Ryhdikkäät henkseilit saa säädettyä lapselle sopiviksi ja ne saa nappraasti myös irrotettua. Housuissa on vetoketjusepalus sekä yksi vetoketjutasku edessä, jonne sujauttaa säilön esimerkiksi kotivaimet ulkoiluun ajaksi. Suoran malliset toppahousut saa vyötäröltä ja lahkeensuista säädettyä menoon sopiviksi. Lumilukot lahkeensuissa suojaavat nilkkoja kylmiltä ylätyksiltä, lumilukot saa myös kätevästi kiinnitettyä lahkeeseen, joten ne eivät pääse liiskahtamaan kengän alle. Talven luottopöksyt ovat helppohoitaiset - huomastihan, että nämä housut saa myös rumpukuivata!

- Lasten vedenpitävät talvihousut, ORIGINAL-malli

- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi

- Kestävä materiaali

- Irrotettavat, säädettävät henkseilit

- Vetoketju sepäluksessa

- Vetoketjutasku

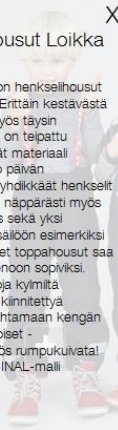
- Lahkeensuissa tarrasaäöt

- Lumilukot lahkeensuissa, neppariinnitys lahkeeseen

OSTOKSILLE



TENHO



SEGE



WINGON



PROCYON

4/24

БРЮКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

Детские зимние брюки Reimatec® Loikka

размеры: 92-140

Очень популярные брюки на подтяжках из коллекции ORIGINALS. В этом сезоне еще больше модных цветов! Эти зимние брюки сделаны из сверхпрочного совершенно водонепроницаемого материала: все швы проклеены для водонепроницаемости. Благодаря ветронепроницаемому, пропускающему воздух материалу детям будет комфортно играть на улице, они не вспотеют. Удобные эластичные подтяжки надежно удерживают брюки и, при желании, отстегиваются. Ширинка брюк имеет молнию, а в карманы на молнии можно положить ключи, когда пойдёте на прогулку. Эти зимние брюки прямого покроя регулируются на талии и внизу брючин. Блокировка от снега на концах брючин защитит ножки от холодных снежных сюрпризов. К концам брючин можно пристегнуть блокировку от снега, чтобы они не соскальзывали с обуви. Обратите внимание, что эти надежные зимние брюки можно сушить в центрифуге!

- Водонепроницаемые зимние брюки для детей постарше, модель ORIGINAL

- Все швы проклеены, водонепроницаемы

- Прочный материал

- Съёмные регулируемые подтяжки

- Ширинка на молнии

- Один карман на молнии

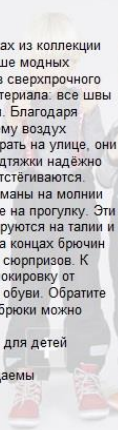
- Низ брючин регулируется с помощью липучки

- Низ брючин застегивается на кнопку для блокировки от снега

купить



TENHO



SEGE




WINGON



PROCYON

4/24

HOUSUJA JOKA LÄHTÖÖN!



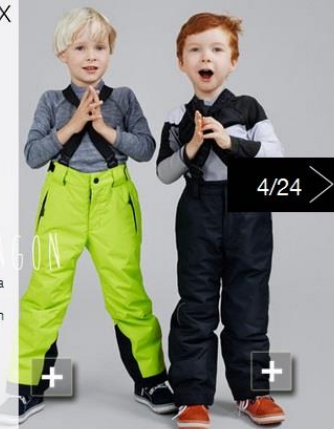
TENHO

Lasten toppahousut Kiddo Lightning
koot: 92-140


Näissä suosituissa Kiddo®-toppahousuissa onnistuu lumilinnan rakentaminen, kuperkeikat lumessa ja mäenlasku! Lasten toppahousut ovat veden- ja tuulenpitävät ja valmistettu erittäin kestävästä materiaalista. Hengittävänsä ansiosta ne eivät kuitenkaan hiosta, vaan takaavat, että pihalla voi leikkiä peppu kuivana tunnista toiseen. Irrotettavat ja säädettävät henkseleit pitävät huolen, että housut pysyvät ylhäällä ja istuvat hyvin. Toppahousut on myös helppo sujauttaa jalkaan ja kiinnittää sepäluksesta löytyvällä vetoketjulla. Lahkeensuut saa säädettyä kengän päälle sopiviksi ja niiden lumilukot pitävät kylmät ylätykset loitolla. Lumilukot saa näppärästi kiinnitettyä lahkeeseen, joten ne eivät luisahda kengän alle. Hieman takaa korotettu malli antaa lisäsuojaa alaselälle talvitouhuissa. Suorassa, kapeahkossa mallissa on suorat lahkeet ja vahvikkeet lahkeensuiden helposti kuluvissa kohdissa. Vetoketjutasuun voi pilottaa vaikkapa kotiavaimen. Ilan hämärtyessä voi rauhassa jatkaa talviseikkailuja, sillä lapset loistavat kauas heijastavien yksityiskohtien ansiosta.

- Lasten vedenpitävät Kiddo®-talvihousut
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Kestävä materiaali
- Irrotettavat, säädettävät henkseleit
- Korotettu takaosa
- Vetoketju sepäluksessa
- Vetoketjutasu
- Säädettävät lahkeensuut
- Neppareilla lahkeensuihin kiinnitettävät lumilukot

OSTOKSILLE



PROCYON




TENHO

Детские зимние брюки Kiddo Lightning
размеры: 92-140

Эти популярные зимние брюки Kiddo® просто необходимы любителям строить замки из снега, прыгать и кататься на санках! Зимние брюки сделаны из сверхпрочного водо- и ветронепроницаемого материала. Благодаря пропускающему воздух материалу дети не замерзнут и не вспотеют во время многочасовых игр на свежем воздухе. Удобные эластичные подтяжки надёжно удерживают брюки и, при желании, остёгиваются. Ширинка на молнии и кнопка на талии позволяют легко застёгать брюки. Эти зимние брюки регулируются внизу брючин. Блокировка от снега на концах брючин защитит ножки от холодных снежных сюрпризов. К концам брючин можно пристегнуть блокировку от снега, чтобы они не соскальзывали с обуви. Немного приподнятая задняя часть защитит нижнюю часть спины во время зимних забав. Эта модель отличается слегка зауженным покроем и имеет усиления в легко изнашиваемых местах. В карманы на молнии можно положить ключи от дома, когда пойдёте на прогулку. Зимние приключения могут продолжаться до позднего вечера благодаря светоотражающим деталям, которые обеспечат видимость в тёмное время суток!

- Водонепроницаемые зимние брюки Kiddo® для детей постарше
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Прочный материал
- Съёмные регулируемые подтяжки
- Приподнятая задняя часть
- Ширинка на молнии
- Один карман на молнии
- Регулируемый низ брючин
- Низ брючин застёгивается на кнопку для блокировки от снега

КУПИТЬ



PROCYON

HOUSUJA JOKA LÄHTÖÖN!

Lasten välikausihousut Sege
koot: 92-128

Välkäkauden luottohousut löytyvät Reiman 70-vuotijuhlamallistotal Lasten retromalliset Sege-henkselihousut ovat saaneet innoituksensa 70-luvun Reima®-mallistosta. Kevyesti topatut välikausihousut nylkkivät tehokkaasti ilkaa ja vettä, ja ne sopivat mainiosti loppusyksyn ulkokuuluun, lämpimiä välkäkeroksia lisäämällä housut muuntautuvat myös talvikäyttöön sopiviksi. Tärkeimmät saumat olemme teipanneet vedenpitäviksi, joten pienet säteet eivät menoa häiritse. Retrohengessä housuista löytyy suuri vetoketjutasku edestä ja paksut, säädettävät henkselit sekä paljon heijastavia yksityiskohdita, jotka mahdollistavat seikkailujen jatkuvan pimeän tullen. Lauheet pysyvät menossa mukana kestävien silkkinisten lahjelenkkien avulla. Housut ovat suoraa, kapeahkoa mallia.

- Lasten säteenpitävät välikausihousut, Reiman 70-vuotijuhlamalli
- Tärkeimmät saumat teipattu vedenpitäviksi
- Kevyt toppaus
- Säädettävät henkselit, soljet edessä
- Paljon heijastavia yksityiskohdita
- Iso vetoketjutasku edessä
- Kestävät silkkiniset jalkalankit

OSTOKSILLE

БРЮКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

Детские демисезонные брюки Sege
размеры: 92-128

Надёжные демисезонные брюки из коллекции Reima к 70-ти летнему юбилею! Эта модель для детей в стиле ретро навеяна коллекцией Reima к 70-ти летнему юбилею. Слегка утеплённые демисезонные брюки отлично отталкивают воду и грязь. Они подходят для поздней осени и могут трансформироваться в зимнюю модель с помощью тёплого промежуточного слоя! Основные швы проклеены, чтобы ребёнок не намок под дождём. Эти брюки в стиле ретро имеют большой передний карман на молнии, широкие регулируемые подтяжки и множество светоотражающих деталей, благодаря которым, ребёнок сможет безопасно играть в вечернее время. Силиконовые штрипки удержат брючины на месте при быстрой ходьбе. Прямой, слегка зауженный стиль.

- Дожденепроницаемые демисезонные брюки для детей, коллекция Reima к 70-ти летнему юбилею
- Основные швы проклеены, водонепроницаемы
- Лёгкий утеплитель
- Регулируемые подтяжки, пряжки спереди
- Много светоотражающих деталей
- Большой карман на молнии спереди
- Прочные силиконовые штрипки

КУПИТЬ

HOUSUJA JOKA LÄHTÖÖN!

+ TENHO + LOIKKA + KIDDO LIGHTNING + PROCYON

< 4/24 >

Lasten Reimatec®-toppahousut (92-128 cm) Wingon
 koot: 92-128

Nämä lasten Reimatec®-toppahousut pursuavat värä ja toiminnallisuutta! Täysin veden- ja tuulenpitävien talvihousujen kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi, mikä tekee niistä aktiivisen lapsen lempipöksyt vauhdikkaaseen menoon. Kulutusta kestävä housujen materiaali hengittää, eikä hiosta vaikka vaihtii yltäisi kovaksi. Housuissa on irrotettavat, säädettävät henkseit, jotka pitävät huolen, että housut pysyvät paikallaan ja yndessä säädettävän vyötärön kanssa takaavat hyvän, yksilöllisen istuvuuden. Vyötäriötä löytyvät myös vyölenkit, joihin monet Reiman laskettelutakit saa kytettyä kiinni. Lumilukot lahkeensuissa estävät lumiset yllätykset ja ne saa kätevästi kytettyä lahkeeseen kiinni. Lahkeensuissa on myös kestävät vahvikkeet pakoissa, jotka kuluvat herkimmin. Väjäjäkö suora malli, joka soveltuu erityisesti lasketeluun leveiden lahkeidensa ansiosta. Kuka eka rintessä?

- Lasten vedenpitävät toppahousut
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Irrotettavat henkseit
- Vetoketjutaskut
- Säädettävä vyötärö
- Lumilukot lahkeensuissa

OSTOKSILLE

БРЮКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

+ TENHO + LOIKKA + KIDDO LIGHTNING + PROCYON

< 4/24 >

Детские зимние брюки Reimatec® Wingon
 размеры: 92-128

Эти детские зимние брюки Reimatec® - взрыв цвета и функциональности! Все швы этих водо- и ветронепроницаемых брюк проклеены для создания водонепроницаемости, что очень важно для активных детей. Прочная ткань пропускает воздух, поэтому ребёнок не вспотеет, как бы быстро он ни двигался. Регулируемые съёмные подтяжки удержат брюки на месте и в сочетании с регулируемым поясом гарантируют хорошую посадку. К этим брюкам можно прикрепить многие модели лыжных курток от Reima с помощью петель для ремней на поясе. Блокировка от снега на концах брючин не пропускает ни холод, ни снег и легко прикрепляется к концам брючин. Мы наложили прочное уплотнение на те части брючин, которые легко изнашиваются. Эта непринуждённая, уютная модель прямого покрова идеально подходит для катания на лыжах благодаря свободным брючинам, которые можно выпустить поверх лыжных ботинок, например. Кто первый на лыжном склоне?

- Детские водонепроницаемые зимние брюки
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Съёмные подтяжки
- Карманы на молниях
- Регулируемая талия
- Блокировка от снега на брючинах

КУПИТЬ

HOUSUJA JOKA LÄHTÖÖN!

← 4/24 →

TENHO

LOIKKA

KIDDO LIGHTNING

PROCYON

Lasten toppahousut Procyon
koot: 92-140

Mikä mukavampaa kuin lumiin rakentaminen pirteässä talvessä? Varsinkin jos päivää voi viettää ulkona lämpimänä ja kuivana. Nämä lasten tuulenpitävät ja hengittävät toppahousut hyökyvät myös tehokkaasti likaa ja vettä: housujen tärkeimmät saumat on teipattu vedenpitäviksi. Irrotettavat ja säädettävät henkseilit takaavat hyvän istuvuuden ja pitävät huolen, että housut pysyvät menossa mukana vauhdikkaassakin leikissä. Toppahousuissa on säädettävät lahkeensuut ja lumilukot, jotka suojaavat lapsen nilkkoja ja sääriä lumisilta yllätyksiltä. Sivutaskuissa voi lepuuttaa kasia tai niihin voi varastoida kotiin tuomiseksi matkan varrelta löytyneitä aarteita. Suora, vajahko malli.

- Lasten vettähyökyvät talvihousut
- Tärkeimmät saumat teipattu vedenpitäviksi
- Irrotettavat ja säädettävät henkseilit
- Vetoketju sepäluksessa
- Kaksi sivutaskua
- Säädettävät lahkeensuut, joissa lumilukot

OSTOKSILLE

БРЮКИ НА ЛЮБОЙ ВКУС!

← 4/24 →

TENHO

LOIKKA

KIDDO LIGHTNING

PROCYON

Детские зимние брюки Procyon
размеры: 92-140

Что может быть веселее, чем строить снежную крепость, особенно если тебе тепло и сухо в зимний день! Эти ветронепроницаемые брюки для детей пошиты из проводящего воздух и отталкивающего грязь и воду материала. Все основные швы проклеены для создания водонепроницаемости. Съемные регулируемые подтяжки гарантируют хорошую посадку по фигуре и удержат брюки на месте при любой скорости движения. Блокировка от снега и регулируемые концы брючин защищают маленькие ножки от снега и холода. В боковые карманы можно спрятать ручки или сокровища, найденные на прогулке. Прямой, слегка свободный покрой.

- Водонепроницаемые зимние брюки для детей
- Основные швы проклеены водонепроницаемы
- Съемные регулируемые подтяжки
- Застежка-молния
- Два боковых кармана
- Регулируемые концы брючин с защитой от снега

КУПИТЬ





PIHALLA
VOI TEHDÄ
IHAN MITÄ
VAAN!

REIMATEC® =
TOIMINNALLISUUTTA
KAIKISSA OLOSUhteissa!

Ergonominen

Erittäin hyvä kulutuksenkesto

Kaikki saumat teipattu vedenpitäväksi

Helppohoitoinen

Hengittävä

Vesipilariarvo 10 000 – 15 000 mm

Vedenpitävä

6/24



ВО ДВОРЕ ПРЕДЕЛ
ДЛЯ ИГР
– ТОЛЬКО НЕБО!

ОДЕЖДА СЕРЕБРЯНОЙ КАТЕГОРИИ
REIMATEC ФУНКЦИОНАЛЬНА
В ЛЮБУЮ, ДАЖЕ САМУЮ
ИЗМЕНЧИВУЮ, ПОГОДУ

Водонепроницаемая,
воздухопроводимая, удобная и простая
в уходе

Водонепроницаемая мембрана* 5000 -
15 000 мм водного столба, все швы
проклеены и водонепроницаемы

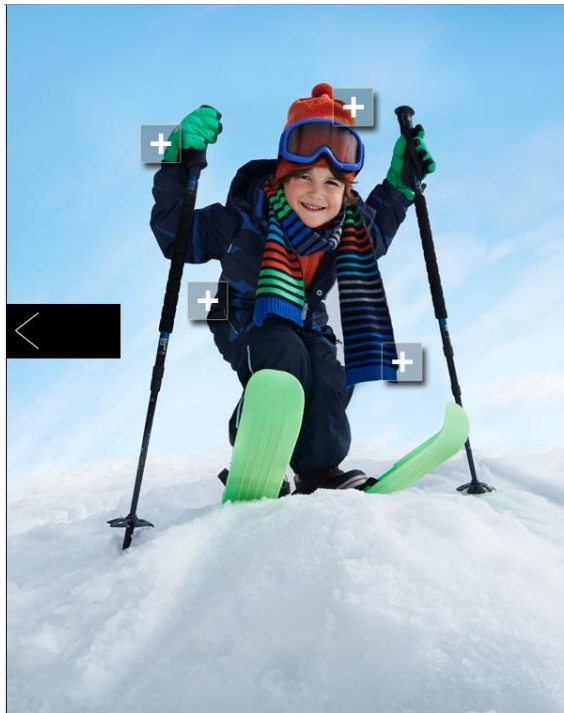
Очень высокая износостойкость
материала

6/24

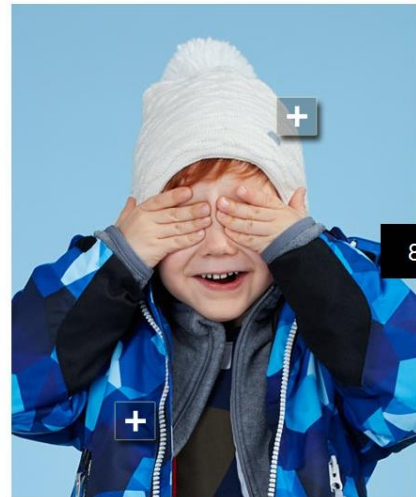
ПОСМОТРИТЕ ЭТО ЗАБАВНОЕ
ВИДЕО REIMATES



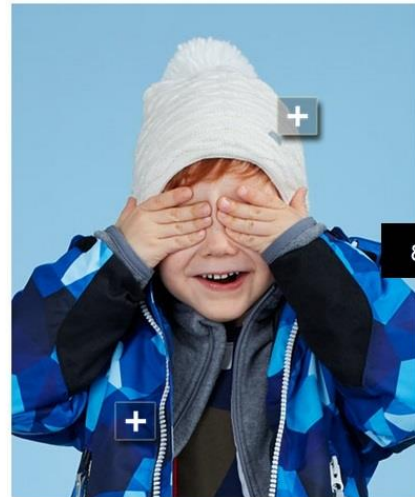
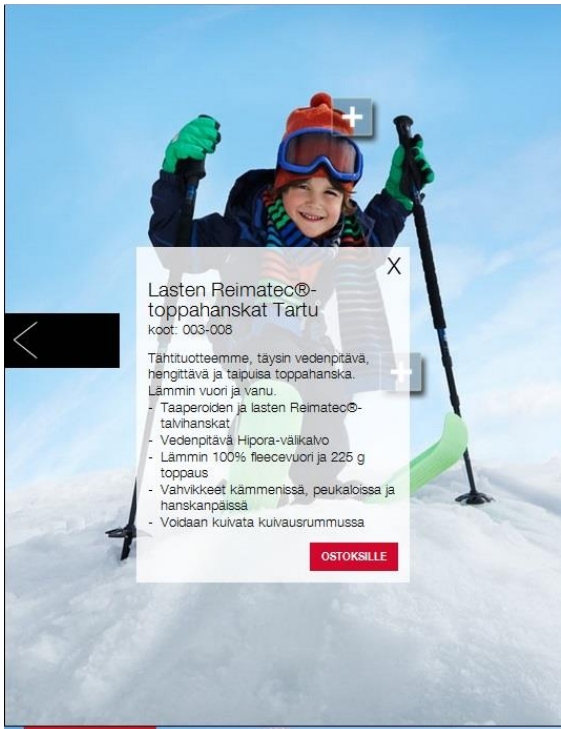
7/24



8/24

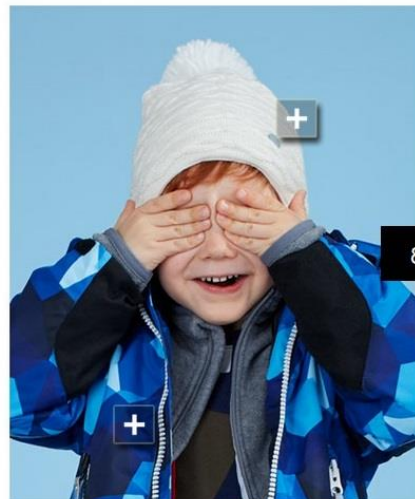
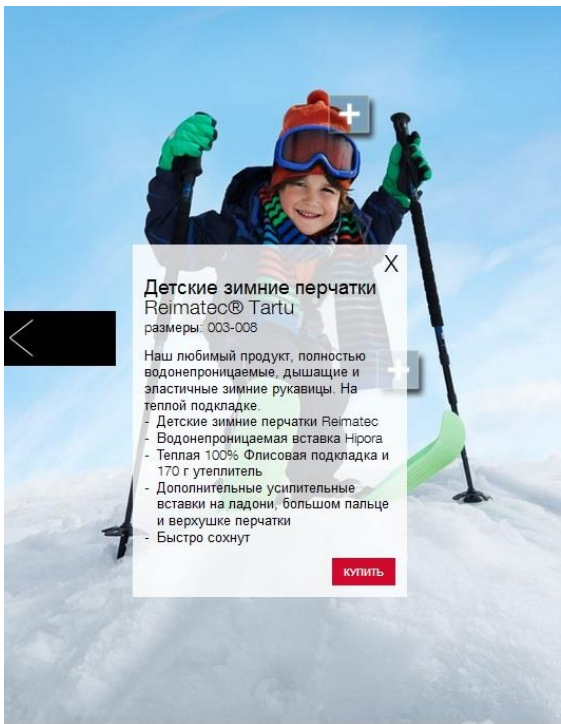


KIDDO  REIMAKID



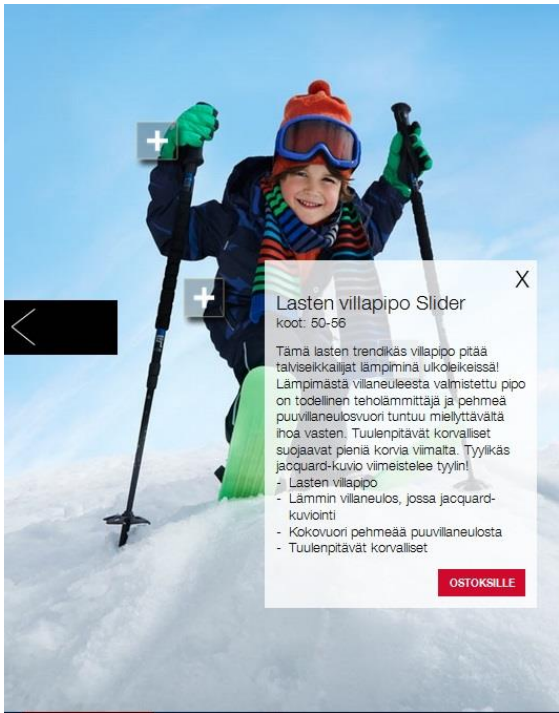
8/24

KIDDO  REIMAKID



8/24

KIDDO  REIMAKID

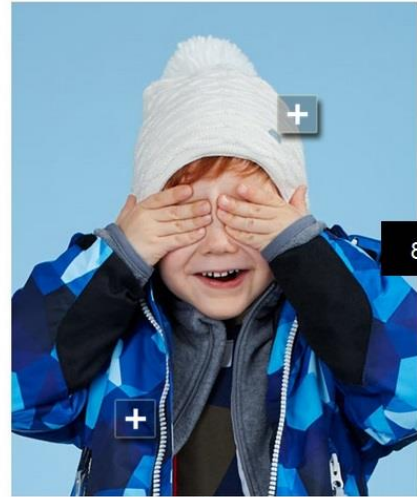


Lasten villapipo Slider
koot: 50-56

Tämä lasten trendikäs villapipo pitää talviseikkailijat lämpiminä ulkoileksissa! Lämpimästä villaneuleesta valmistettu pipo on todellinen teholämmittäjä ja pehmeä puuvillaneulosvuon tuntuu miellyttävältä ihoa vasten. Tuulenpitävät korvallisset suojaavat pieniä korvia vimmitta. Tyylikäas jacquard-kuvio viimeistelee tyyliä!

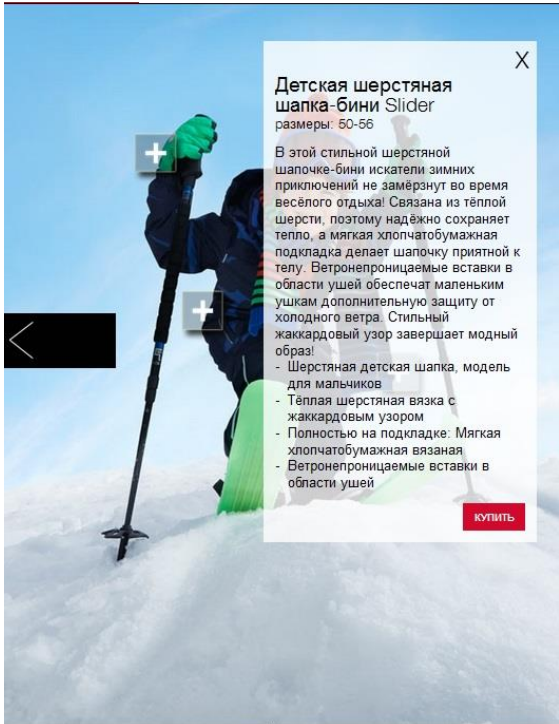
- Lasten villapipo
- Lämmin villaneulos, jossa jacquard-kuviointi
- Kokovuori pehmeää puuvillaneulosta
- Tuulenpitävät korvallisset

OSTOKSILLE



8/24

KIDDO  REIMAKID



Детская шерстяная шапка-бини Slider
размеры: 50-56

В этой стильной шерстяной шапочке-бини искатели зимних приключений не замёрзнут во время весёлого отдыха! Связана из тёплой шерсти, поэтому надёжно сохраняет тепло, а мягкая хлопчатобумажная подкладка делает шапочку приятной к телу. Ветронепроницаемые вставки в области ушей обеспечат маленьким ушкам дополнительную защиту от холодного ветра. Стильный жаккардовый узор завершает модный образ!

- Шерстяная детская шапка, модель для мальчиков
- Тёплая шерстяная вязка с жаккардовым узором
- Полностью на подкладке: Мягкая хлопчатобумажная вязаная
- Ветронепроницаемые вставки в области ушей

КУПИТЬ



8/24

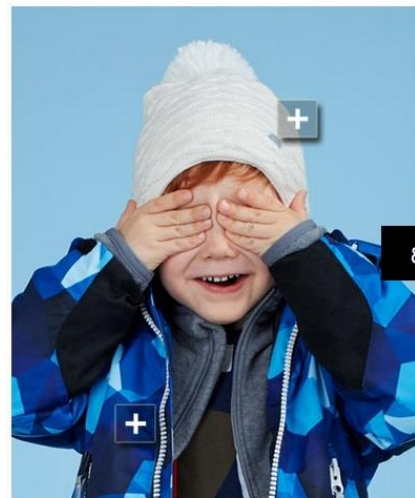
KIDDO  REIMAKID

X
Lasten Reimatec®-toppahaalari Knoppi
 koot: 92-140

Tässä tyylkkäässä talvivaalarissa erotut pukkamaässä ja luistelukentällä! Lasten vedenpitävä Reimatec®-talvivaalari on valmistettu tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista, jonka pinta hylkii tehokkaasti likaa ja vettä. Kaikki haalarin saumat on teipattu vedenpitäviksi, jotta lapsi saisi nauttia ulkoilusta kuivana säästä riippumatta. Suoran mallisen toppahaalarin saa haluttaessa säädettävä istuvammaksi vyötäröitä. Haalarin alaosassa on vahvikekangas, joka takaosassa ylettaa vyötärölle asti. Lahkeiden vahvikeissa ei ole laisinkaan sisäsaumoja, mikä tekee niistä entistä kestävämmät ja vedenpitävämmät. Talvivaalarissa on sileä polyesterivuori, joka luistaa mukavasti helpottaen pukemista. Monet Reiman välikerrososat saa näppärästi kiinnitettyä haalarin kätevästä Play Layers® -neppariinnityksen ansiosta. Irrotettava ja säädettävä huppu ei vain suojaa tuulelta ja sateelta, vaan on myös turvallinen vauhdikkaissa leikeissä. Neppareilla kiinnitetty huppu irroa helposti, jos se jää kiinni johonkin. Ulkoileijat säävät jatkua pitkälle ikaan, jos vanhemmat sen sallivat, sillä haalarissa on paljon heijastava yksityiskohtia, jota pitävät huolen, että talviseikkailijat näkyvät pimeänkin tuulen. Silikoniset jalkalenkit taas takaavat, että lahkeensuut pysyvät paikollaan vauhdikkaassakin menossa. Lahkeensuut saa myös säädettävä kengän päälle sopiviksi. Aiciti ja isat huom - heipponitoisen haalarin voi myös rumpukuivata!

- Lasten vedenpitävä talvivaalari
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava ja säädettävä huppu
- Säädettävä vyötärö
- Kaksi vetoketjutaskua
- Lahkeensuissa kllasääätö
- Kestävät, silikoniset jalkalenkit
- Turvalliset, heijastavat yksityiskohtat

OSTOKSILLE



8/24

KIDDO  REIMAKID

X
Детский зимний комбинезон Reimatec® Knoppi
 размеры: 92-140

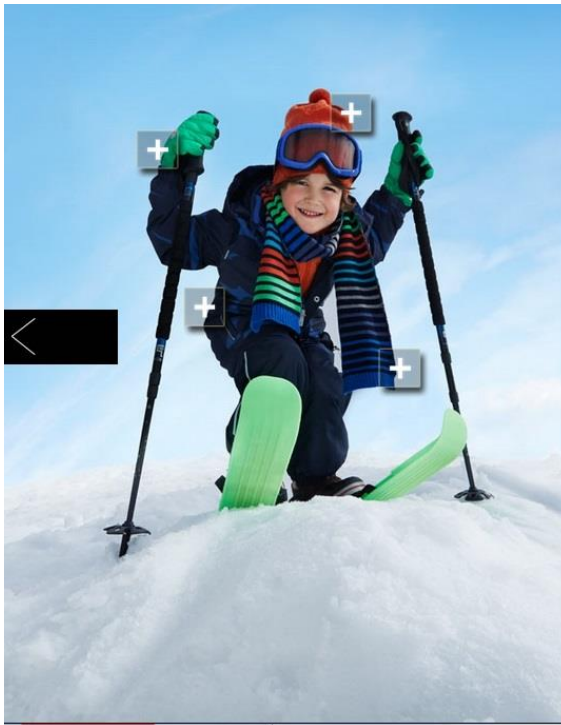
В этом стильном зимнем комбинезоне вы будете выделяться и на снежной горке и на игровой площадке!
 Водонепроницаемый комбинезон для детей от Reimatec® сделан из ветронепроницаемого и пропускающего воздух материала, который также отталкивает воду и грязь. Все швы проклеены, водонепроницаемы, чтобы в любую погоду ваш ребёнок веселился на прогулке в сухой комфортной одежде. При желании комбинезон прямого кроя можно регулировать по фигуре на талии. Более крепкий материал в нижней задней части комбинезона гарантирует прочность. Укреплённые части брюк не имеют внутренних швов, что придает им особую прочность и водонепроницаемость. Этот зимний комбинезон легко надевается и удобно носится благодаря гладкой подкладке из полиэстера. Обратите внимание, что многие средние слои Reimatec® могут пристёгиваться к комбинезону при помощи удобных кнопок по системе PlayLayers®. Съёмный регулируемый капюшон не только защищает от холодного ветра, но и безопасен во время игр на свежем воздухе. Если закреплённый кнопками капюшон зацепится за что-нибудь, он легко отстегнётся. Маленькие любители приключений могут гулять на улице допоздна, потому что вы сможете видеть их в темноте благодаря светоотражающим деталям. Благодаря силиконовым штрипкам концы брючин остаются на месте при ходьбе. Концы брючин регулируются по обуви. Мамы и папы, этот комбинезон не требует особого ухода. Его можно сушить в центрифуге.

- Зимний водонепроницаемый комбинезон для детей
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный регулируемый капюшон
- Регулируемая талия
- Два кармана на молниях
- Регулируемые брючины с клином
- Светоотражающие детали для безопасности
- Прочные силиконовые штрипки



8/24

KIDDO  REIMAKID



Lasten pipo Tupsu

koot: 50-56

Lasten tyylikkästä pipoa somistaa kaunis palmikkokuosi ja iso tupsu! Tässä todella lämpimässä myssyssä pää pysyy lämpimänä talvipakkasilla, pehmeoinen porrofoleevuori lämmittää tehokkaasti kylmällä säällä ja tuulenpitävät korvalliset suojaavat korvia viimalta. Myssyn päällinen on lämpöistä villasekoiteneulosta, jonka elegantti neulekuosi viimeistelee tyylin. Valitse suosikkisi kauden trendiväreistä, jotka on helppo yhdistellä monenlaisiin asukokonaisuuksiin!

- Lasten pipo
- Lämmin villasekoitepipo, jossa palmikkokuosi
- Kokovuori erittäin lämmintä ja pehmeää porrofoleea
- Tuulenpitävät korvalliset

OSTOKSILLE

8/24

KIDDO  REIMAKID



Детская шапка-бини Tupsu

размеры: 50-56

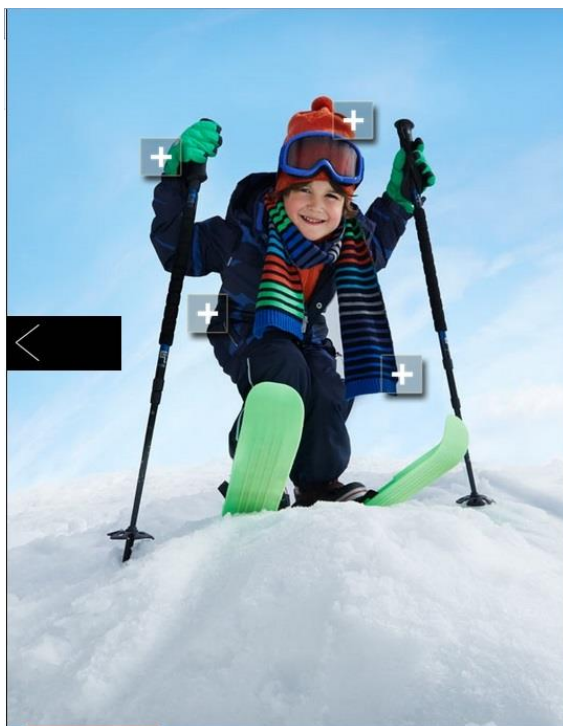
Стильная детская шапка из смеси шерсти украшена красивыми вязаными косами и большим помпоном! Эта тёплая шапка согреет ребенка в морозные зимние дни, мягкая вязаная подкладка из полиэстера великолепно поддержит тепло в холодную погоду, а ветронепроницаемые вставки в области ушей защищают маленькие уши от холодного ветра. Верхнюю часть, выполненную из смеси тёплой шерсти, оживляет элегантный вязаный узор из кос. Выберите свой любимый цвет из модных расцветок этого сезона, которые хорошо сочетаются с разной одеждой.

- Детская шапка
- Смесью тёплой шерсти, вязаные косы
- Полностью на подкладке. Супермягкий, очень тёплый полиэстер 'Coral'
- Ветронепроницаемые вставки в области ушей

купить

8/24

KIDDO  REIMAKID



Lasten toppatakki Kiddo Pito

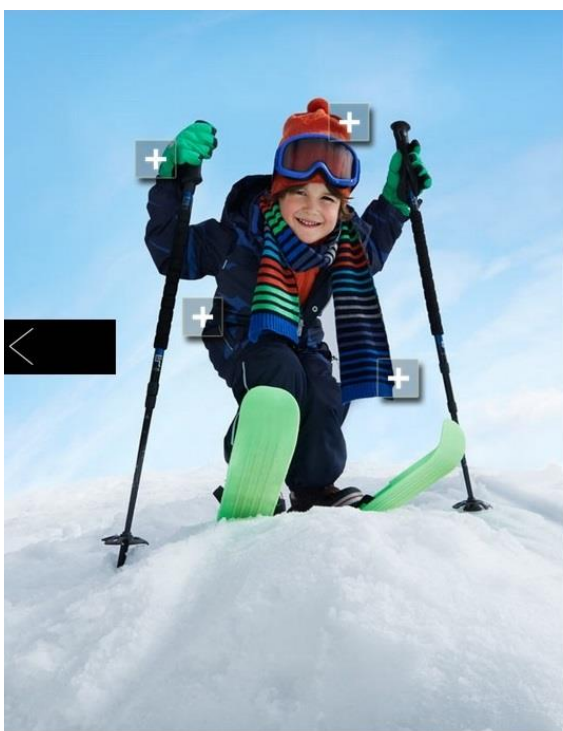
koot: 92-140

Kiddo® = kestävä ja toiminnallinen! Lasten tyylikääs, kuvioitu toppatakki on valmistettu kestävästä, tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista, jonka pinta hylkii tehokkaasti likaa ja vettä. Tässä takissa saa touhuta ja tehdä lumiukkoja pitkälle iltaan, eikä takki hiosta vauhdikkaassakaan menossa! Takin tärkeimmät saumat on teipattu vedenpitäviksi, joten se ei satunnaisista sadekuuroista hättäkähde! Hihnoissa ja takahelmassa on vahvikkeet, jotka suojaavat entien kuluvia osia leikeissä ja maenlaskussa. Suoran mallisen takin saa haluttaessa säädettävä helmasta istuvammaksi. Hihansuut saa sovitettua hanskojen päälle sopiviksi tarraaääöllä. Vetoketjuiset taskut ovat oiva säätö pikkuaretille, kokeile vaikka kuinka monta käpyä mahtuu yhteen taskuun! Irrotettava huppu antaa lisasuojan pipon päällä, mutta neppareilla kiinnitetty huppu on myös turvallinen, sillä se irtoaa helposti, jos se jää kiinni johonkin. Hupun reunassa on myös kaualalle lisäsuojaa antava tuulista. Pimeän tulien heijastavat yksityiskohdat, kuten vetoketjujen tähtivetimet, pitävät huolen, että lapsi loistaa pimeässä.

- Lasten vettähyökyvä Kiddo®-talvitaikki
- Tärkeimmät saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava huppu
- Kestävät vahvikkeet takahelmassa ja hihansulissa
- Kaksi vetoketjutasua
- Säädettävä helma ja hihansuut
- Paljon heijastavia yksityiskohtia

OSTOKSILLE

KIDDO  REIMAKID



Детская зимняя куртка Kiddo Pito

размеры: 92-140

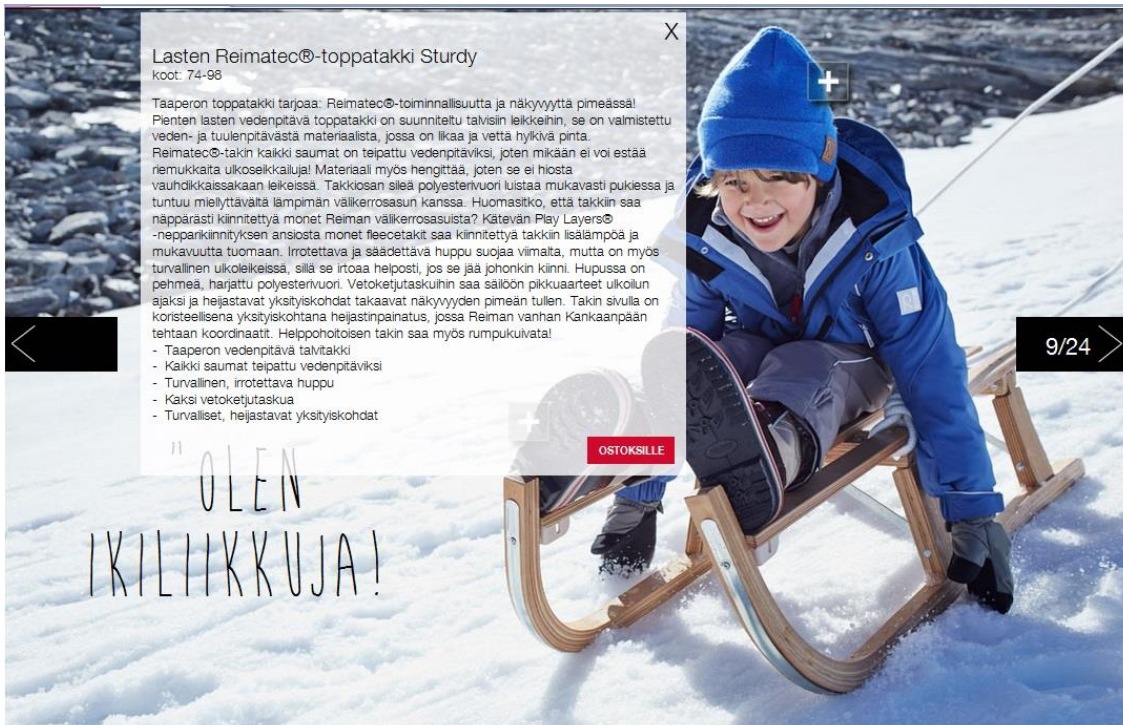
Прочная и функциональная куртка Kiddo®! Стильная зимняя куртка с принтом выполнена из прочного, ветронепроницаемого, но дышащего материала с водо- и грязеотталкивающей поверхностью. Эта куртка позволит ребенку лепить снеговиков до позднего вечера, не дав ему вспотеть или замерзнуть во время зимних приключений! Все основные швы куртки проклеены для водонепроницаемости и не позволяют воде проникать всередину! На рукавах и заднем подолке куртки имеются прочные усиления, позволяющие защитить те части тела, которые могут огориться во время активного времяпрепровождения. Подол модели прямого покроя регулируется для более плотного прилегания, а манжеты регулируются с помощью липучки для хорошего сочетания с перчатками. В карманы на молнии можно положить всё необходимое, когда пойдёте на прогулку! Съёмный капюшон защищает от ветра и обеспечивает безопасность во время игр на улице, так как легко снимается. На краю капюшона имеется клапан, предусматривающий дополнительную защиту шеи. Светоотражающие детали «звездочка» не позволят потерять ребенка из видимости в темное время суток!

- Водоотталкивающая зимняя куртка Kiddo для детей постарше
- Основные швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный капюшон
- Прочные усиления на заднем подолке и манжетах
- Два кармана на молнии
- Регулируемый подол и манжеты
- Множество светоотражающих деталей

КУПИТЬ

KIDDO  REIMAKID





Lasten Reimatec®-toppatakki Sturdy
koot: 74-98

Taaperon toppatakki tarjoaa: Reimatec®-toiminnallisuutta ja näkyvyyttä pimeässä! Penten lasten vedenpitävä toppatakki on suunniteltu talvisiin leikkeihin, se on valmistettu veden- ja tuulenpitävästä materiaalista, jossa on likaa ja vettä hylkivä pinta. Reimatec®-takin kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi, joten mikään ei voi estää vauhdikkaastaan leikeistä! Materiaali myös hengittää, joten se ei hosta vauhdikkaassakaan leikeissä. Takkiosan alla polyesterivuori luo mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävää lämpimän välikerroksen kanssa. Huomasitko, että takkiin saa napparasti kiinnitettyä monet Reiman välikerroksuista? Kätevän Play Layers® -neppariinnityksen ansiosta monet fleecetakit saa kiinnitettyä takkiin isälämpöä ja mukavuutta tuomaan. Irrotettava ja säädettävä huppu suojaa viimata, mutta on myös turvallinen ukotekeissa, sillä se irtaosa helposti, jos se jää johonkin kiinni. Hupussa on pehmeä, harjattu polyesterivuori. Vetoketjutaskuihin saa säilöön pikkuaarteet ulkoilun ajaksi ja heijastavat yksityiskohdat takaavat näkyvyyden pimeän tullen. Takin sivulla on koristeellisenä yksityiskohtana heijastinpainetus, jossa Reiman vanhan Kankaanpään tehtaan koordinaatit. Helppohotoisen takin saa myös rumpukuivat!

- Taaperon vedenpitävä taittakki
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava huppu
- Kaksi vetoketjutaskua
- Turvalliset, heijastavat yksityiskohdat

"OLEN IKILIIKKUJA!"

OSTOKSILLE

9/24



Зимняя куртка Reimatec® для малышей Sturdy
размеры: 74-98

Зимняя куртка для малышей это: функциональность Reimatec® и видимость в темноте! Водонепроницаемая зимняя мембранная куртка для малышей просто создана для зимних развлечений! Водонепроницаемая зимняя куртка шита из ветронепроницаемого, пропускающего воздух материала, который отталкивает грязь и влагу. Все швы куртки от Reimatec® проклеены, водонепроницаемы, чтобы никакая погода не смогла помешать весёлым зимним приключениям! Ткань пропускает воздух, поэтому ребёнок не вспотеет, как бы быстро он ни двигался. Чтобы куртка легко надевалась и удобно носилась с тёплым промежуточным слоем, она имеет подкладку из гладкого полиэстера. Вы заметили, что к куртке можно легко пристегнуть многие из промежуточных слоёв Reima? Благодаря удобным кнопкам для пристегивания промежуточного слоя к верхней одежде по системе PlayLayers®, многие флисовые кофты можно пристегнуть к куртке, чтобы малышу было теплее и комфортнее. Съёмный регулируемый капюшон не только защищает от холодного ветра, но и безопасен во время игр на свежем воздухе! Если закреплённый кнопками капюшон зацепится за что-нибудь, он легко отстегнётся. Капюшон отделан мягким полиэстером с начёсом. Когда пойдёте гулять, в карманы на молниях можно положить крошечные сокровища, а светоотражающие детали обеспечат видимость в темноте. Сбоку на куртке есть светоотражающий принт в стиле старой фабрики Reima в Финляндии. Эта куртка не требует особого ухода. Можно сушить в центрифуге.

- Водонепроницаемая зимняя куртка для малышей
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный капюшон
- Два кармана на молниях
- Светоотражающие детали для безопасности

К ВЕРШИНАМ!

КУПИТЬ

9/24

Lasten talvisaappaat Cocoa
koot: 26-35

Tämä uusi superlämmän lasten talvisaapas ei pikkupakkasista hätäkahdä! Tyylkkäässä snowboot-malissa on irrotettava ja pestävä sisäsuikka, jonka sisus on huopaa ja ulkopuolella alumiinifolio, joka eristää kylmän ja pitää pienet jalat lämpiminä pakkaskäleen ulkoeläksissä! Klassinen malli ja korkealaatuiset materiaalit viimeistelevät talven asukokonaisuuden. Saappaan päällinen on valmistettu vettäykkivästä tekstiilistä ja mokkanahasta. Ukopohjan termoplastinen kumi suojaa kosteudelta ja takaa hyvän tuntuman erilaisin maastoihin. Saappaat saa helposti saadettyä lapsen jalkaan sopiviksi Reima®-nyörikkinnityksen ansiosta! Heijastavat yksityiskohdat lisäävät turvallisuutta pimeän tullen.

- Uutta - lasten Reima®-talvisaapas
- Vettäykkivä tekstiilipäällinen, jossa nahkavahvikkeet
- Näppärä Reima®-nyörikkinnitys takaa hyvää istuvuuden
- Irrotettava ja pestävä huopa/aluminisisäsuikka
- Uusi kalossimalli, jossa ukopohja termoplastista kumia
- Turvalliset, heijastavat yksityiskohdat

OSTOKSILLE

"OLEN
IKILIIKKUJA!"

9/24

Детские зимние ботинки Сосоа
размеры: 26-35

В этих новых супер-тёплых ботах мороз детям не страшен! Стильные боты имеют съёмную стельку из алюминия/фетра, которую можно мыть и которая изолирует от холодной поверхности и согревает маленькие ножки во время весёлой зимней прогулки! Классическая модель и высококачественные материалы хорошо сочетаются с любой зимней одеждой: верх выполнен из водоотталкивающего текстиля и замши. Термопластичная подошва защищает от влаги и обеспечивает хорошее сцепление с любой поверхностью. Ботинки легко регулируются по ноге благодаря безопасным шнуркам Reima®! Светоотражающие детали создают дополнительную безопасность после захода солнца.

- Новые боты Reima® для детей
- Верх из водоотталкивающего текстиля с кожаным уплотнением
- Новая шнуровка Reima® с безопасными концами обеспечивает хорошую посадку
- Съёмная стелька из алюминия/фетра, которую можно мыть
- Область галош с подошвой из термопластичного каучука
- Светоотражающие детали для безопасности

КУПИТЬ

СТРЕМИСЬ
К ВЕРШИНАМ!

9/24

club reima

10/24

LIITY REIMA CLUBIIN

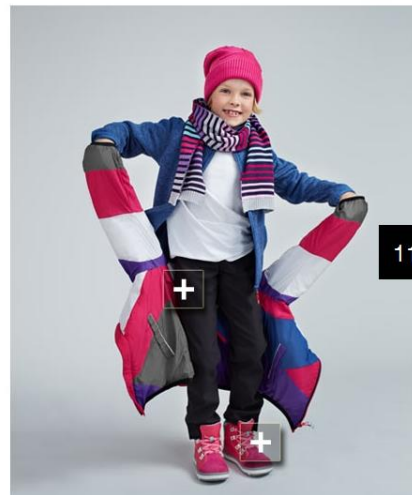
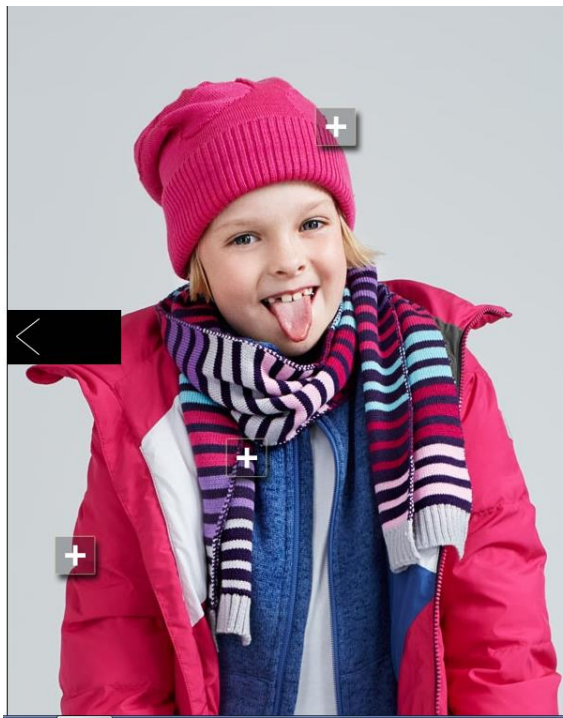
Saat hyödyllisiä pukeutumisneuvoja, ajankohtaisia etuja, tietoa uutuuksista ja innostavia ulkoiluvinkkejä. [Liity nyt >](#)

club reima

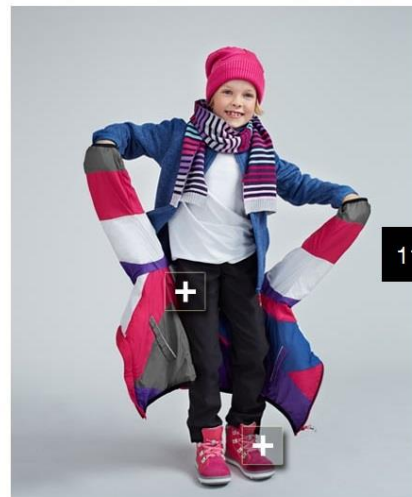
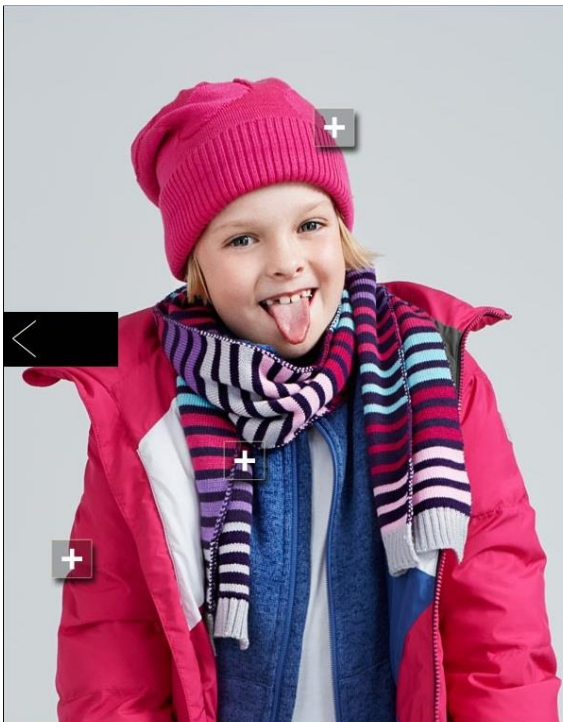
10/24

ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ В КЛУБ РЕИМА ПРЯМО СЕЙЧАС!

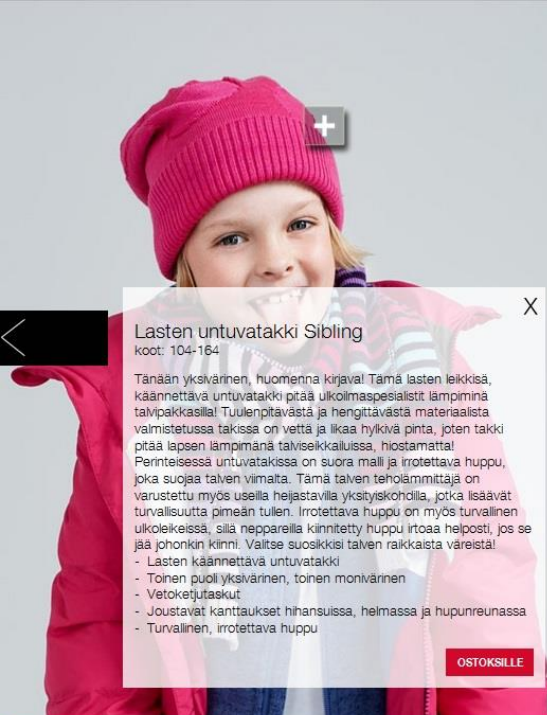
Получайте советы как правильно одеть ребенка на улицу в разную погоду, [узнавайте](#) о наших новых коллекциях и эксклюзивных моделях.



Tämän syksyn hitti on käännettävä untuvatakki. Pue päälle pirteä kuosi tai seikkaille selkeässä yksivärisessä.



Трендом этой осени является весёлый двусторонний пуховик. Сегодня однотонный, а завтра яркий и разноцветный стиль!



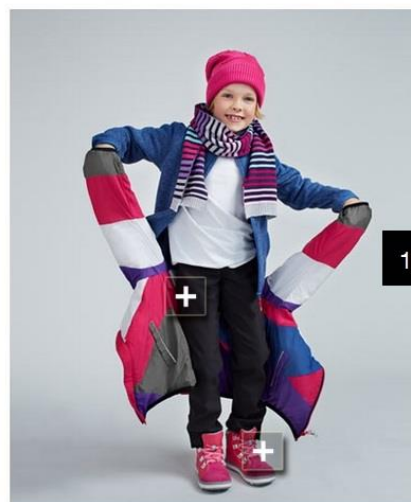
<
+
X

Lasten untuvatakki Sibling
 koot: 104-164

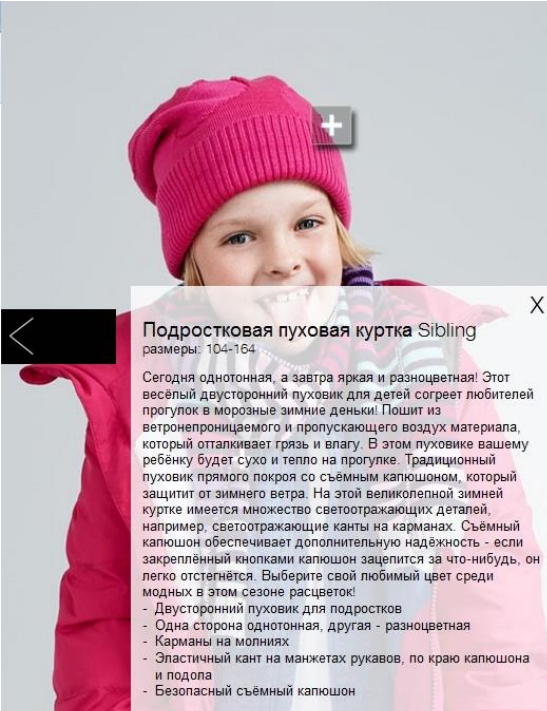
Tänään yksivärinen, huomenna kirjava! Tämä lasten leikkisä, käännettävä untuvatakki pitää ulkoilmapesäläit lämpiminä talvipakkasilla! Tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista valmistetussa takissa on vetä ja ikää hyökyvä pinta, joten takki pitää lapsen lämpimänä talviseikkaluissa, hiostamatta! Perinteisessä untuvatakissa on suora malli ja irrotettava huppu, joka suoaa talven viimaita. Tämä talven tehohämmittäjä on varustettu myös useilla heijastavilla yksityiskohdilla, jotka lisäävät turvallsuutta pimeän tulen. Irrotettava huppu on myös turvallinen ulkoleikeissä, sillä neppareilla kiinnitetty huppu irtoa helposti, jos se jää johonkin kiinni. Valitse suosikkisi talven raikkaista väreistä!

- Lasten käännettävä untuvatakki
- Toinen puoli yksivärinen, toinen monivärinen
- Vetoketjutasut
- Joustavat kantaukset hihansuissa, helmassa ja hupunreunassa
- Turvallinen, irrotettava huppu

OSTOKSILLE



Tämän syksyn hitti on käännettävä untuvatakki. Pue päälle pirteä kuosi tai seikkaile selkeässä yksivärisessä.



<
+
X

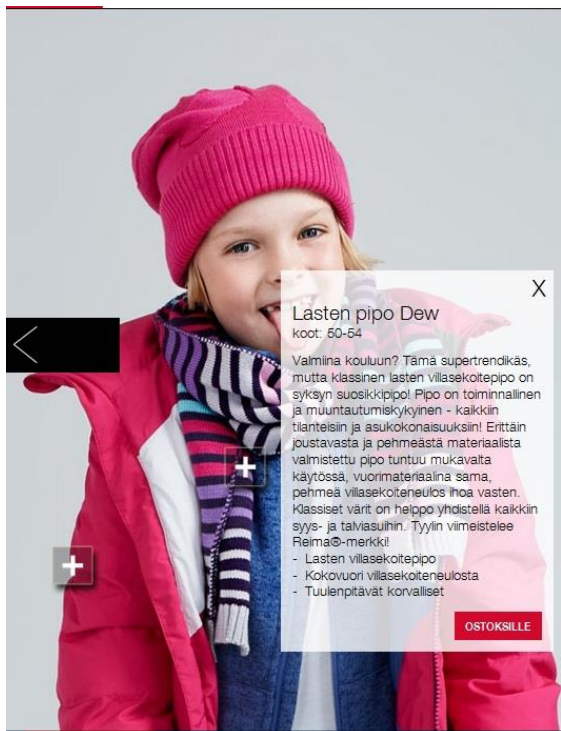
Подростковая пуховая куртка Sibling
 размеры: 104-164

Сегодня однотонная, а завтра яркая и разноцветная! Этот весёлый двусторонний пуховик для детей согреет любителей прогулок в морозные зимние деньки! Пуховик из ветронепроницаемого и пропускающего воздух материала, который оттапливает грязь и влагу. В этом пуховике вашему ребёнку будет сухо и тепло на прогулке. Традиционный пуховик прямого покроя со съёмным капюшоном, который защищает от зимнего ветра. На этой великолепной зимней куртке имеется множество светоотражающих деталей, например, светоотражающие канты на карманах. Съёмный капюшон обеспечивает дополнительную надёжность - если закреплённый кнопками капюшон зацепится за что-нибудь, он легко отстегнётся. Выберите свой любимый цвет среди модных в этом сезоне расцветок!

- Двусторонний пуховик для подростков
- Одна сторона однотонная, другая - разноцветная
- Карманы на молниях
- Эластичный кант на манжетах рукавов, по краю капюшона и подола
- Безопасный съёмный капюшон



Трендом этой осени является весёлый двусторонний пуховик. Сегодня однотонный, а завтра яркий и разноцветный стиль!

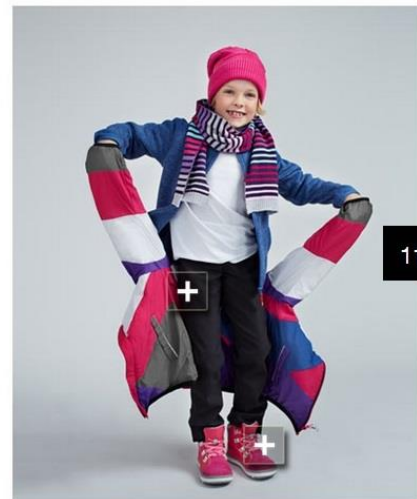


Lasten pipo Dew
koot. 50-54

Valmiina kouluun? Tämä supertrendikäs, mutta klassinen lasten villasekoitepipo on syksyn suosikkipipo! Pipo on toiminnallinen ja muuntautumiskykyinen - kaikkiin tilanteisiin ja asukokonaisuuksiin! Erittäin joustavasta ja pehmeästä materiaalista valmistettu pipo tuntuu mukavalta käytössä, vuorimateriaalina sama, pehmeä villasekoitepuolos ihoa vasten. Klassiset värit on helppo yhdistellä kaikkiin syys- ja talviasuihin. Tyylin viimeistelee Reima®-merkki!

- Lasten villasekoitepipo
- Kokovuori villasekoteneulosta
- Tuulenpitävät konvallisat

OSTOKSILLE



11/24

Tämän syksyn hitti on käännettävä untuvatakki. Pue päälle pirteä kuosi tai seikkaile selkeässä yksivärisessä.

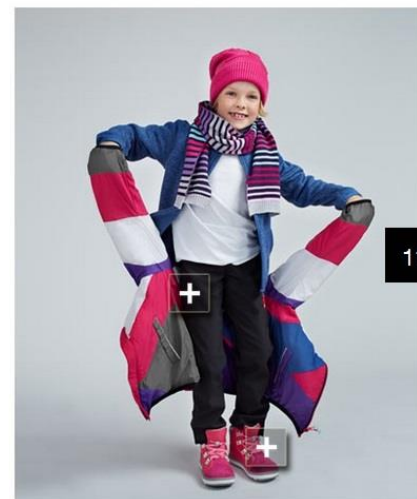


Детская шапка-бини Dew
размеры: 50-54

Вы уже готовы к школе? Эта суперстильная и, в тоже время, классическая шапочка-бини из смеси шерсти станет лучшим выбором этой осенью! Она очень функциональна и универсальная, но в то же время идеально подходит на каждый день. Шапочка-бини сделана из очень эластичного и мягкого материала, поэтому очень удобно носится. Подкладка связана из того же материала, сочетающего разные виды шерсти. Классическая расцветка легко сочетается с любой осенней и зимней одеждой. Завершающая деталь - стильный фирменный знак компании Reima спереди!

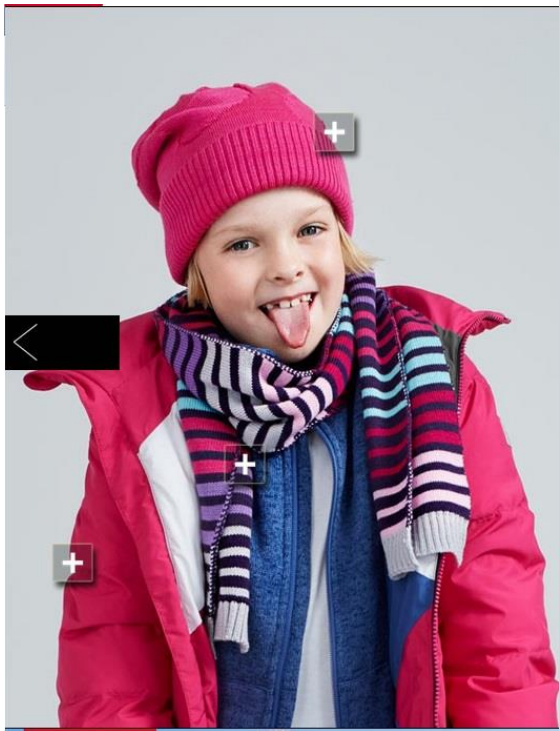
- Шапочка-бини для детей из смеси шерсти
- Полностью на вязаной подкладке из смеси шерсти
- Ветронепроницаемые вставки в области ушей

КУПИТЬ



11/24

Трендом этой осени является весёлый двусторонний пуховик. Сегодня однотонный, а завтра яркий и разноцветный стиль!



X

Lasten softshell housut Idea

koot: 104-164

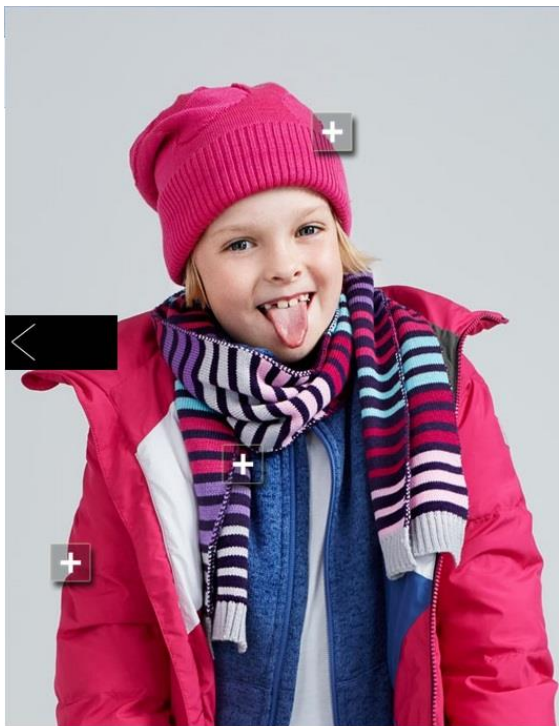
Vettäyhkiävät, kuitenkin muodikkaat ja hengittävät - nehan ovat Reiman "farkku"-henkiset softshell-housut, saatavana nyt myös "talvimallina". Nämä lasten kevyet, melko kapelähkeiset pöksyt sopivat kaikkiin tilanteisiin: kouluun, leikkipuistoon, patikointiin ja veneretkille. Joustava vyötärö takaa mukavan istuvuuden. Talvimallisissa softshellin kääntöpuolella on lämmin fleecce, joka tuntuu pehmeätä ihoa vasten ja lämmittää viimalla.

- Lasten softshell -housut
- Kapeahko malli
- Kaksi etutaskua
- Joustava vyötärö

OSTOKSILLE

11/24

Tämän syksyn hitti on käännettävä untuvatakki. Pue päälle pirteä kuusi tai seikkaile selkeässä yksivärisessä.



X

Брюки Softshell для подростков Idea

размеры: 104-164

Водоотталкивающая, но модная и пропускающая воздух модель от Reima® в джинсовом стиле из материала softshell теперь доступна и для зимы! Популярные зауженные брюки для подростков из материала softshell можно носить везде: в школе и после школы, в лагере и на водной прогулке. Эластичный пояс обеспечивает хорошую посадку. Изнаночная сторона материала softshell представляет собой теплый флис: он приятен на ощупь и согревает в холодную погоду.

- Брюки для подростков из материала softshell
- Зауженная модель
- Два передних кармана
- Эластичный пояс

КУПИТЬ

11/24

Трендом этой осени является веселый двусторонний пуховик. Сегодня однотонный, а завтра яркий и разноцветный стиль!



Lasten Reimatec®-tennarit Wetter

koot: 24-38

Klassikko, vedenpitävä Reimatec®-tennarit! Päälinen kestävä, taipuisaa polyamidia, kärkeä ja kanta vahvistettu mokkanahalla. Raikkaat ja pirteät värit on hauskasti yhdistetty Reiman ulkovaatteisiin ja asusteisiin. Kengissä tulee mukana kahdet nauhat: perinteisten kengännauhojen vaihtoehtona on näppärät joustonauhat, joita ei tarvitse edes solmia ruusille käytössä - kuinka helppoa! Tämän Reiman arjen innovaation ansiosta saat säädettyä lapsellesi sopivan istuvuuden joustonauhojen avulla, jonka jälkeen kengät on helppo sujauttaa jalkaan ja pois ilman solmimista! Kengässä on irrotettava pohjallinen, jossa on Reiman oma Happy Fit -kuvioitu auttamassa oikean kengän koon valinnassa. Kengän ulkopohjasta löytyy helposti myös kengän todellista sisämittaa korostava mittaviiva.

- Koot 24-38
- Reimatec®-kenkä, jonka päälinen on tekstiiliä ja vedenpitävää hajasnahkaa
- Saumoistaankin vedenpitävä verkkovuori
- Irrotettava, Happy Fit -kuvioitu sisäpohjallinen helpottaa oikean koon valintaa
- Heijastavat yksityiskohdat
- Pitävä ulkopohja termoplastisesta kumista

OSTOKSILLE

11/24

Tämän syksyn hitti on käännettävä untuvatakki. Pue päälle pirteä kuosi tai seikkaile selkeässä yksivärisessä.



Детские демисезонные кроссовки-сникерсы Reimatec® Wetter

размеры: 24-38

Классика - водонепроницаемые кроссовки Reimatec®! Верхняя часть изготовлена из гибкого полиамида, носовая и задняя части усилены замшем из коровьей кожи. Яркие сочные расцветки прекрасно комбинируются с различной верхней одеждой и аксессуарами Reima®. К обуви идут в наборе две пары шнурков - в добавок к обычным обувным шнуркам вы можете попробовать новые, эластичные шнурки, быстрые и удобные в использовании! Обувь снабжена уникальными съемными стельками Reima с принтом Happy Fit, которые помогают правильно определить размер.

- Размеры 24-38
- Кроссовки Reimatec® с непромокаемым верхом из замши и текстиля
- Подкладка из сетки mesh с запаяными швами
- Съемная стелька с принтом Happy fit поможет подобрать точный размер
- Светоотражающие детали
- Подошва из термопластичной резины с хорошим сцеплением с поверхностью

КУПИТЬ

11/24

Трендом этой осени является веселый двусторонний пуховик. Сегодня однотонный, а завтра яркий и разноцветный стиль!

SUPERHAALARI
PIENILLE
SUPER-
SANKAREILLE!



Taaperoille suunniteltu talvhaalari **Reimatec® Copenhagen** on valittu kategoriansa parhaaksi ruotsalaisen **Bäst i Test** -tutkimuksen haalarivertailussa.

Tuotevertailussa haalarit olivat testiryhmän lasten päivittäisessä käytössä talvella 2014–2015. Suosikkihaalaria kuvailtiin mukavaksi, erittäin toimivaksi ja lisäksi sen arvioitiin kestävänsä seuraaville sisaruksille. Lue testin tulokset [täältä >](#)

12/24

СУПЕР-КОМБИНЕЗОН ДЛЯ
МАЛЕНЬКИХ СУПЕРГЕРОЕВ!



Комбинезон Reimatec® Copenhagen стал победителем в своей категории в эксплуатационных испытаниях, проведенных независимой шведской тестирующей организацией Bäst i Test.

Модель Reimatec® Copenhagen была признана удобной в использовании, очень функциональной, достаточно просторной и прочной. Значит родители могут рассчитывать на то, что комбинезон послужит еще и для младшего братика или сестрички. С полными результатами испытаний [можно ознакомиться здесь](#).

12/24

SUPERHAALARI PIENILLE SUPER- SANKAREILLE!



Lasten villahuivi Nirkko

koot: one size

Erotu edukseksi! Tämä superraikas ja ajaton lasten villahuivi on syntynyt klassikkoksi! Huivi on valmistettu miellyttävästä tuplaneuleesta, joka pitää talviseikkailijat lämpimänä, eikä kutita ihoa vasten. Huivin värit sopivat yhteen Reiman syksyn ja talven ulkovaatteiden kanssa, joten vuodenaikaan sopivan asun saa helposti prinstettyä herkkuhuivilla. Ronkeat yhdistelevät, raitaa kuosillisten kanssa!

- Lasten villahuivi
- Pehmeä, lämmin ja miellyttävä neulos
- Klassinen malli, jossa raikkaat värikkäät raidat

OSTOKSILLE

Taaperoille suunniteltu talvihaalari **Reimatec® Copenhagen** on valittu kategoriansa parhaaksi ruotsalaisen **Bäst i Test** -tutkimuksen haalarivertailussa.

Tuotevertailussa haalarit olivat testiryhmän lasten päivittäisessä käytössä talvella 2014-2015. Suosikkihaalaria kuvailtiin mukavaksi, erittäin toimivaksi ja lisäksi sen arvioitiin kestävän seuraaville sisaruksille. Lue testin tulokset [täältä >](#)

12/24

СУПЕР-КОМБИНЕЗОН ДЛЯ МАЛЕНЬКИХ СУПЕРГЕРОЕВ!



Детский шерстяной шарф Nirkko

размеры: one size

Для тех, кто хочет выделяться! Этот супер оригинальный, эффектный шерстяной шарф для детей - настоящая классика. Этот мягкий приятный шарф двусторонней вязки не колет и отлично согреет маленьких искателей приключений в зимнее время года. Расцветка шарфа прекрасно сочетается со всеми нашими осенними и зимними моделями одежды, поэтому вы можете легко украсить любую куртку или комбинезон. Попробуйте носить его с одеждой с принтом!

- Шерстяной шарф для детей
- Мягкий, тёплый, приятной вязки
- Классический стиль с разноцветными полосками

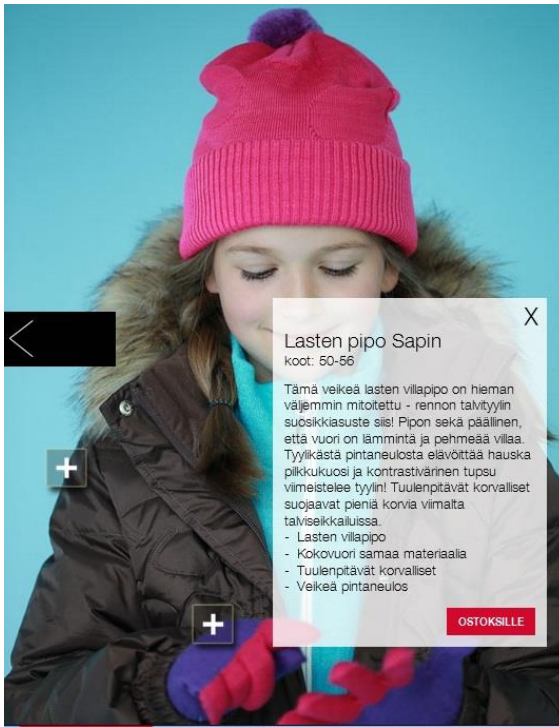
КУПИТЬ

Комбинезон Reimatec® Copenhagen стал победителем в своей категории в эксплуатационных испытаниях, проведенных независимой шведской тестирующей организацией Bäst i Test.

Модель Reimatec® Copenhagen была признана удобной в использовании, очень функциональной, достаточно просторной и прочной. Значит родители могут рассчитывать на то, что комбинезон послужит еще и для младшего братика или сестрички. С полными результатами испытаний [МОЖНО ознакомиться здесь](#).

12/24





Lasten pipo Sapin
koot: 50-56

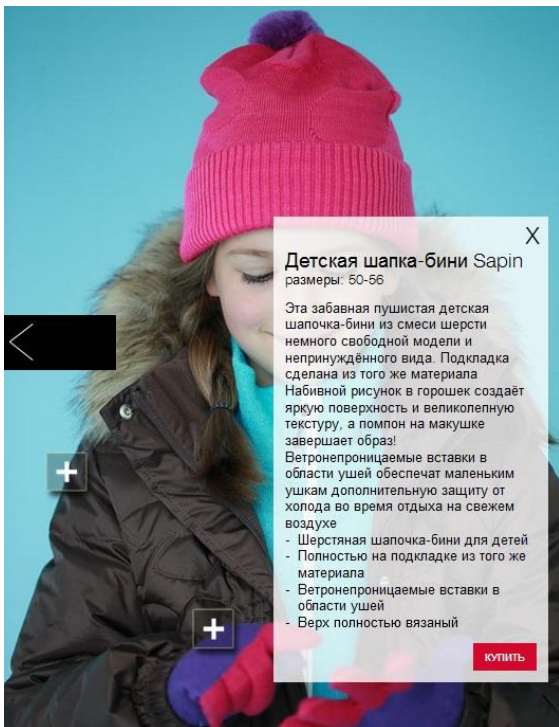
Tämä veikeä lasten villapipo on hieman väjämmin mitoitettu - rennon talvityylin suosikkiasuste siis! Pipon sekä päällinen, että vuori on lämmintä ja pehmeää villaa. Tyylikästä pintaneulosta elävöittää hauska pilkkukuosi ja kontrastivärinen tupsu viimeistelee tyylin! Tuulenpitävät korvalliset suojaavat pieniä korvia viimatta talviseikkailuissa.

- Lasten villapipo
- Kokovuori samaa materiaalia
- Tuulenpitävät korvalliset
- Veikeä pintaneulos

OSTOKSILLE



13/24



Детская шапка-бини Sapin
размеры: 50-56

Эта забавная пушистая детская шапочка-бини из смеси шерсти немного свободной модели и непринуждённого вида. Подкладка сделана из того же материала. Набивной рисунок в горошек создаёт яркую поверхность и великолепную текстуру, а помпон на макушке завершает образ!

Ветронепроницаемые вставки в области ушей обеспечат маленьким ушкам дополнительную защиту от холода во время отдыха на свежем воздухе

- Шерстяная шапочка-бини для детей
- Полностью на подкладке из того же материала
- Ветронепроницаемые вставки в области ушей
- Верх полностью вязаный

КУПИТЬ



13/24

Lasten sormikkaat Twig
koot: 1-7

Hyvät hanskat ovat tärkeitä! Nämä lasten sormikkaat on tehty joustavasta villasekoteneuleesta, joka tuntuu mukavalta alkusyksyn ulkoiluissa. Sormikkaat toimivat myös aluskäsineinä rukkasten ja hanskojen sisällä. Konepestävä, korkealaatuinen neulos. Suosittelemme vähintään kolmea paria: yksiväriset moneen menoon, värikkäät leikkisämpään ulkonäköön ja yhdet varmuuden vuoksi.

- Taaperon ja lasten neulesormikkaat
- Uskomattoman joustava villasekoteneulos
- Vaihtoehtoina klassiset yksiväriset tai reippaat moniväriset

OSTOKSILLE

Детские перчатки Twig
размеры: 1-7

Перчаток слишком много не бывает! Эти перчатки для малышей и детей сделаны из упругой шерстяной вязкой смеси, которая дарит ощущение комфорта ранней осенью. Эти перчатки идеально подходят для носки под водонепроницаемыми рукавицами и перчатками. Перчатки с высоким качеством вязки, которые можно стирать в машине. Мы рекомендуем приобрести хотя бы три пары: одну одноцветную пару для универсального использования, одну красочную пару для смены, и еще одну дополнительную пару перчаток на случай, если одна пара потеряется.

- Вязанные перчатки для малышей и детей
- Эластичная "волшебно растягивающаяся" шерстяная вязка
- Две модели: классическая одноцветная или забавная разноцветная

КУПИТЬ



Kaikki Reima®-tuotteet ovat säänkestäviä, hengittäviä, mukavia päällä ja turvallisiksi suunniteltuja.

Ulkoiluasun tulee olla riittävän valja, jotta alle mahtuu lämmittäviä lisäkerroksia.



14/24

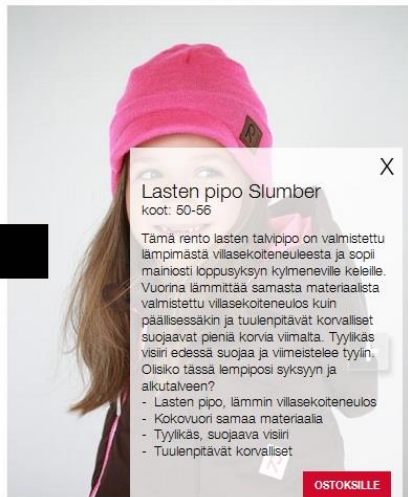


Вся верхняя одежда Reima® устойчива к любым погодным условиям, удобна и разработана с мыслью о детской безопасности.

Верхняя одежда должна оставлять достаточно пространства для возможности добавить согревающие вещи промежуточного слоя.



14/24



Lasten pipo Slumber

koot. 50-56

Tämä rento lasten talvipipo on valmistettu lämpimästä villasekoiteneuleesta ja sopii mainiosti loppusyksyn kylmeneville keleille. Vuonna lämmitää samasta materiaalista valmistettu villasekoiteneulos kuin päälisessäkin ja tuulenpitävät korvallsiet suojaavat pieniä korvia vimata. Tyylikas visiri edessä suojaa ja viimeistelee tyyiin. Olsiko tässä lempiposi syksyyn ja alkutalveen?

- Lasten pipo, lämmin villasekoiteneulos
- Kokovuori samaa materiaalia
- Tyylikas, suojaava visiri
- Tuulenpitävät korvallsiet

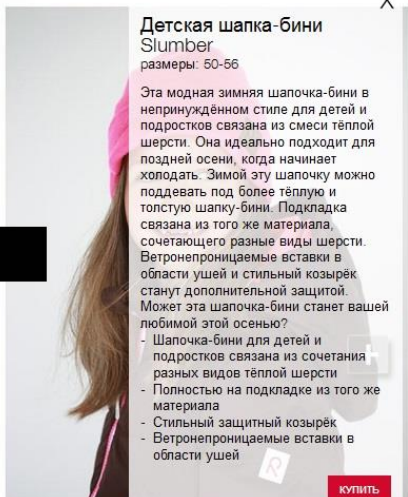
OSTOKSILLE

Kaikki Reima®-tuotteet ovat säänkestäviä, hengittäviä, mukavia päällä ja turvallisiksi suunniteltuja.

Ulkoiluasun tulee olla riittävän väijä, jotta alle mahtuu lämmittäviä lisäkerroksia



14/24



Детская шапка-бини Slumber

размеры: 50-56

Эта модная зимняя шапка-бини в непринуждённом стиле для детей и подростков связана из смеси тёплой шерсти. Она идеально подходит для поздней осени, когда начинает холодать. Зимой эту шапочку можно поддевать под более тёплую и толстую шапку-бини. Подкладка связана из того же материала, сочетающего разные виды шерсти. Ветропроницаемые вставки в области ушей и стильный козырёк станут дополнительной защитой. Может эта шапочка-бини станет вашей любимой этой осенью?

- Шапочка-бини для детей и подростков связана из сочетания разных видов тёплой шерсти
- Полностью на подкладке из того же материала
- Стильный защитный козырёк
- Ветропроницаемые вставки в области ушей

КУПИТЬ

Вся верхняя одежда Reima® устойчива к любым погодным условиям, удобна и разработана с мыслью о детской безопасности.

Верхняя одежда должна оставлять достаточно пространства для возможности добавить согревающие вещи промежуточного слоя.



14/24



Lasten untuvatakki Likka

koot: 104-164

Lasten superlämpimässä untuvatakissa on trendikäs tyttömäinen leikkaus ja raikkaat, kirikkaat värit! Tämä untsikka on valmistettu tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista, jossa on ilkaa ja vettä hylkivä pinta - taattua mukavuutta uikokeikessa! Sileä polyesterivuori luistaa mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävältä lämpimien välkerrosasujen kanssa. Hieman pidemmässä mallissa on vetoketjutaskut ja turvallinen, irrotettava huppu. Leikkisat kontrastiväriset vetoketjut pistävät talvipäivää tässä tyylikkäässä tehohämmittäjässä. Yhdistele yksivärinen takki värikkäillä asusteilla!

- Lasten untuvatakki
- Kaksi vetoketjullista sivutaskua
- Joustavat hihansuut
- Turvallinen, irrotettava huppu

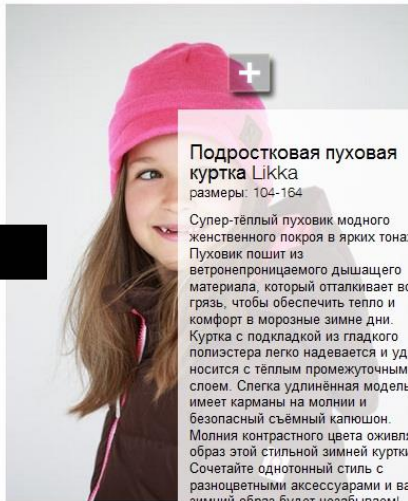
OSTOKSILLE

Kaikki Reima®-tuotteet ovat säänkestäviä, hengittäviä, mukavia päällä ja turvalliseksi suunniteltuja.

Ulkoiluasuun tulee olla riittävän valja, jotta alle mahtuu lämmittäviä lisakerroksia.



14/24



Подростковая пуховая куртка Likka

размеры: 104-164

Супер-тёплый пуховик модного женственного покроя в ярких тонах! Пуховик пошит из ветронепроницаемого дышащего материала, который отталкивает воду и грязь, чтобы обеспечить тепло и комфорт в морозные зимне дни. Куртка с подкладкой из гладкого полиэстера легко надевается и удобно носится с тёплым промежуточным слоем. Слегка удлинённая модель имеет карманы на молнии и безопасный съёмный капюшон. Молния контрастного цвета оживляет образ этой стильной зимней куртки. Сочетайте однотонный стиль с разноцветными аксессуарами и ваш зимний образ будет незабываем!

- Пуховик для девочек-подростков
- Два боковых кармана на молниях
- Эластичные манжеты
- Безопасный съёмный капюшон

Вся верхняя одежда Reima® разработана с учётом погодным условиям, удобством и безопасностью для детской безопасности.

купить

Верхняя одежда должна оставлять достаточно пространства для возможности добавить согревающие вещи промежуточного слоя.



14/24



Kaikki Reima®-tuotteet ovat säänkestäviä, hengittäviä, mukavia päällä ja turvallisiksi suunniteltuja.

Lasten Reimatec®-toppahaalari Reach

koot: 92-128

Oletko rinteiden hirmu vai kenties lumilinnon valloittaja? Lasten supertoiminnallinen ja täysin vedenpitävä Reimatec®-toppahaalari sopii erityisesti rinteiden ritareille ja prinsessoille! Teipatut saumat takaavat, ettei kosteus pääse ylittämään haalarin sisällä ja lahkeensuissa olevat lumilukot ja vahvikkeet pitävät sukatin kuivina. Veden- ja tuulenpitävä materiaali myös hengittää, joten se ei hiosta vauhdikkaassakaan menossa. Sileä polyesterivuori luistaa mukavasti pukieissa ja tuntuu miellyttävältä toiminnallisen väkerosan kanssa. Suoran mallisen haalarin saa haluttaessa säädettyä vyötäriä istuvammaksi, sisäpuolelta löytyvät myös superkätevät sisäänrakennetut henkselit, joiden ansiosta lasketteluhaalarin saa näppärästi laskettua lanteille sisäiloissa piipahtaessa. Henkselit pitävät haalarin ryhdikkäänä päällä, oltpa sitten rinteessä tai hengähtämässä lämpimän kaakaon äärellä. Sekä hihan- että lahkeensuissa on kylmät ylätukset loitolla pitävät lumilukot, hihansuissa lisäksi lycra-rannekkeet sisäpuolella. Lahkeensuiden lumilukot saa kätevästi kytettyä lahkeisiin kiinni. Vetoketjutaskujen lisäksi haalarista löytyy älykorttitasku hihasta hissippua varten. Irrotettava ja säädettävä huppu suojaa viimalta, mutta on myös turvallinen, sillä se irtaoo helposti, jos se jää johonkin kiinni. Hupussa on myös tuulelta suojaava etulaskos ja tuplatarritus, jonka ansiosta tarrat eivät pääse tarttumaan vaatteisiin tai hiuksiin tuulistaan ollessa auki. Valmiina rinteeseen?

- Lasten vedenpitävä talvhaalari
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava ja säädettävä huppu
- Vetoketjutaskut, älykorttitasku hihassa
- Sisäänrakennetut henkselit
- Säädettävä vyötäri ja hihansuut, joissa sisärannekkeet
- Uudistettu vetoketjurakenne - ei enää jumittuneta vetoketjuja!
- Lumilukot ja vahvikkeet lahkeensuissa
- Kestävät, irrotettavat jalkalenkit

OSTOKSILLE

14/24



Вся верхняя одежда Reima® устойчива к любым погодным условиям, удобна и разработана с мыслью о детской безопасности.

Детский зимний комбинезон Reimatec® Reach

размеры: 92-128

Вы покоритель снежных замков или, может быть, склонов? Супер функциональный и полностью водонепроницаемый зимний комбинезон Reimatec® идеально подходит для всех видов зимних развлечений, и особенно для склонов гор. Проклеенные швы предотвращают попадание влаги и снега, сохраняя детские носочки сухими. Водонепроницаемый, но дышащий материал не позволит ребенку вспотеть во время активного отдыха на открытом воздухе. Гладкая подкладка из полиэстера позволяет легко надевать куртку, также к ней можно пристегивать промежуточный слой. Прямой покрой регулируется на талии для отличного прилегания. Имеются внутренние подтяжки! Во время перерыва, после активного катания на лыжах, в снек-баре, например, внутренние подтяжки спускаются на бедра для того, чтобы ребенок мог свободно насладиться горячим шоколадом! Блокировка предотвращает попадание снега, внизу брючин имеются манжеты из лайкры. Блокировка от снега легко крепится к низу брючин. Кроме карманов на молнии, имеется еще один карман на рукаве для хранения карточки лыжного клуба. Съемный и регулируемый капюшон не только защищает от холодного ветра, но и обеспечивает безопасность, легко снимается. Ну что, готовы покорять склоны?

- Зимний водонепроницаемый комбинезон для детей постарше
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съемный регулируемый капюшон
- Карманы на молнии, на рукаве карман для карты лыжного клуба
- Внутренние подтяжки для удобства при ношении в помещении
- Регулируемая талия и манжеты, внутренние манжеты из лайкры
- Новая усовершенствованная структура молнии - молния больше не заклинит!
- Блокировка от снега и усиления внизу брючин
- Прочные съемные штрипки

КУПИТЬ

14/24



Lasten Reimatec®+-toppatakki Air
koot: 104-164

Tämä supertoiminnallinen lasten toppatakki on suunniteltu rinteeseen ja reippaaseen talviuikoluun! Täysin veden- ja tuulenpitävästä, bluesign®-hyväksytyistä materiaaleista valmistettu takki takaa mukavan ja lämpimän olon, kelistä riippumatta. Takin materiaali on myös hengittävää ja sen kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi. Erittäin kevyt ja lämmin PrimaLoft® Performance untuvasekoitus pitää aktiiviset ulkoilmaspesialistit lämpiminä ja sileä vuori tuntuu mukavaksi teknisten välikerroksujen kanssa. Takissa on säädettävä helma ja lumilukko, joka pitää lämpimät ja kylmät yllätykset loitolla. Lumilukon voi lisäksi kiinnittää vuorissa oleviin taskuihinsa, mikäli se ei ole käytössä ja siinä olevan lenkin avulla housut ja takin saa näppärästi toisinsa kiinni. Säädettävä ja irrotettava huppu suojaa vimatta ja isää turvallisuuksi ulkoillessa. Aktiivisiin rinteisiin suunnitellussa takissa on alykortaasku hihassa ja povitasku, sekä lenkit kuulokkeiden pihlhoille. Uudistettu vetoketjurakenne on käytössä superkätevä, eikä vetoketjun jumittumisesta tarvitse huolehtia!

- Lasten vedenpitävät takitakki, tyttöjen malli
- bluesign® hyväksytty materiaali
- PrimaLoft® Performance untuvasekoitus, hihossa ja hupussa vanu
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava huppu
- Vetoketjutaskut, alykortaasku hihassa
- Povitasku ja lenkit kuulokkeille
- Säädettävät hihansuut, joissa lycra-rannekkeet
- Uudistettu vetoketjurakenne - ei enää jumittuneita vetoketjuja!
- Säädettävä helma, lumilukko vyötäröllä
- Housut ja takin saa kiinnit toisinsa lumilukolla

OSTOKSILLE

Подростковая зимняя куртка Reimatec®+ Air
размеры: 104-164

Эта супер-функциональная зимняя куртка для детей прекрасно подойдет для лыжников и любителей других видов зимнего отдыха! В этой куртке, пошитой из одобренного bluesign® водо- и ветронепроницаемого материала, ребёнку будет комфортно на лыжных склонах в любую погоду. Ткань пропускает воздух, а все швы проклеены для создания водонепроницаемости и максимального удобства во время пребывания на улице. Супер-лёгкий и тёплый пух PrimaLoft® Performance не позволит любителям прогулок замёрзнуть, а гладкая подкладка удобна для промежуточных слоев. Регулируемый подол и блокировка от снега на талии защитит ребенка от холода. Когда блокировка не используется, её можно прикрепить к карманам. Брюки можно прикрепить к куртке с помощью специального соединителя на блокировке от снега, чтобы ребёнку было теплее и комфортнее. Регулируемый съёмный капюшон защищает от холодного ветра и обеспечивает дополнительную безопасность во время активных игр. Разработанная специально для активного времяпрепровождения на лыжных склонах, эта куртка имеет удобный карман для карты лыжного клуба на рукаве и внутренний нагрудный карман - благодаря удобным петлям, провода от наушников не запутаются. Новая, усовершенствованная структура молнии очень удобна. Больше никаких беспокойств из-за заклинившей молнии!

- Водонепроницаемая зимняя куртка для подростков, модель для девочек
- материал bluesign®
- Туловище, рукава и капюшон утеплены пухом PrimaLoft® Performance
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный регулируемый капюшон
- Карманы на молниях, карман для карты лыжного клуба на рукаве
- Внутренний нагрудный карман и петли для проводов от наушников
- Регулируемые манжеты и внутренние манжеты из лайкры
- Новая усовершенствованная структура молнии - молния больше не заклинит!
- Регулируемый подол, блокировка от снега на талии
- Блокировка от снега со специальным соединителем для брюк и куртки

КУПИТЬ

Lasten Reimatec®-toppatakki Frost
koot: 104-164

Vaimina valittamaan rinteet? Tässä raikkaassa lasten laskettelutakissa erottuu edukseen rinteessä! Tyttöjen vedenpitävä talvatakki on valmistettu tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista, joka hylki vettä ja likaa. Takin kaikki saumat on teipattu vedenpitäväksi, jotta rinteessä voisi laskea vaikka koko päivän, kellessä kuin kellessä! Sileä polyesterivuori luistaa mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävältä teknisen ja lämpimän välikerroksen kanssa. Erityisesti rinnelajeihin suunnitellussa takissa on reilusti toiminnallisuutta ja huolellisesti suunniteltuja yksityiskohtia. Alykkorttasku hihassa on laskettelijan pelastus hissijonossa, ja vetoketjullisiin taskuihin sekä povitaskuihin saa säilöön tärkeät pikkuesineet laskun ajaksi. Kuulokkeiden johdolle löytyy näppärät silmukat, jotka pitävät johdot aisoissa. Säädettävät hihansuut takaavat hyvän istuvuuden ja resoreilla varustetut sisärannekkeet pitävät kylmän lotolla. Vyötäröllä on näppärä lumilukko, jonka saa myös kuumista kytkettyä suojataskuihinsa, mikäli sille ei ole käyttöä. Irrotettava ja tarroilla säädettävä huppu suojaa viimalta, mutta on myös turvallinen rinteessä. Hupun reunassa on näppärät tarroilla suljettavat tuulitilat, jotka antavat tehokkaan lisäsuojan kaualle viimalta. Uudistettu vetoketjurakenne on kätevä käytössä, sillä sen ansiosta vetoketju ei jää takkiin kiinni.

- Lasten vedenpitävä talvatakki, tyttöjen malli
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäväksi
- Turvallinen, irrotettava ja säädettävä huppu
- Vetoketjutaskut, alykkorttasku hihassa
- Tasku laskettelulasalle, povitasku ja silmukat kuulokkeiden johdolle
- Säädettävät hihansuut, joiden sisällä joutoresorit
- Uusi, parannettu vetoketjurakenne
- Säädettävä helma, lumilukko vyötäröllä

OSTOKSILLE

15/24

Подростковая зимняя куртка Reimatec® Frost
размеры: 104-164

Готовы покорять лыжные склоны? В этой яркой детской лыжной куртке вы обязательно будете выделяться на фоне снежных склонов. Водонепроницаемая куртка для девочек пошита из ветронепроницаемого и пропускающего воздух материала, который также отталкивает воду и грязь. Все швы проклеены для создания водонепроницаемости, поэтому дети могут кататься на лыжах весь день и в любую погоду! Гладкая подкладка из полиэстера облегчает процесс одевания и удобно носится с теплыми промежуточными слоями. Эта куртка специально предназначена для лыжников, поэтому она многофункциональна и имеет множество деталей. Карман для лыжной карты пригодится, когда вы будете стоять в очереди к подъемнику, а в карманах на молнии и внутренних нагрудных карманах можно хранить маленькие вещицы во время зимнего отдыха. Благодаря удобным петлям, провода от наушников не запутаются. Регулируемые манжеты плотно прилегают, а внутренние манжеты из лайкры не пропускают холод. Блокировка от снега на талии предохраняет от снежных сюрпризов, может прикрепляться к карманам, когда не используется. Съемный и регулируемый капюшон не только защищает от холодного ветра, но и безопасен на лыжных склонах. Удобные ветроотражатели на капюшоне защищают шею от холодного ветра. Новая, усовершенствованная структура молнии очень удобна. Больше никаких беспокойств из-за заклинившей молнии!

- Водонепроницаемая зимняя куртка для подростков, модель для девочек
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съемный регулируемый капюшон
- Карманы на молниях, карман для лыжной карты на рукаве
- Карман для защитных очков, внутренний нагрудный карман и петли для проводов от наушников
- Регулируемые манжеты и внутренние манжеты из лайкры
- Новая усовершенствованная структура молнии - молния больше не заклинивает!
- Регулируемый подол, блокировка от снега на талии

КУПИТЬ

15/24

Lasten Reimatec®-toppatakki Roxana
koot: 92-128

Rintettä kohti! Tämä trendikäs, raikkailta väreillä kuvioitu tyttöjen Reimatec®-toppatakki näyttää hyvältä sekä kaupungilla että rinteessä. Toiminnalliset ominaisuudet takaavat, että ulkona viihtyy koko päivän, viestii sen rinteessä taikka lumukkoja rannellessä. Täysin vedenpitävä takki pitää tuulen ja hengittää, joten se ei hiosta vauhdikkaassakaan menossa. Siellä polyesterivuori luistaa mukavasti pukissa ja tuntuu miellyttävältä lämpimän välikerroksen kanssa. Takissa on säädettävä helma ja hihansuut. Lumilukko vyötäröllä pitää lumiset yllätykset loitolla - lumilukon saa myös nappärästi kiinnitettyä vuorissa oleviin kiinnikkeisiin, mikäli se ei ole käytössä. Hihan napparaan älykorttitaskuun sijaistaa rinnelippu ja povitaskuun ja vetoketjuisiin taskuihin saa muut pienet aarteet salioon. Irrotettava ja säädettävä huppu on turvallinen talviaktiiviteeteissa, sillä se irtoaa helposti, jos se jää johonkin kiinni. Hupussa on myös kaulaa suojaava tuulista ja osalle ulottuva visiri. Talven hittiä yllin viimeistelevät taskujen kaannetyt vetoketjut - huomaa uudistettu vetoketjurakenne, jonka ansiosta vetoketju kulkee sulavasti jumittumatta! Helppohotoisen takin saa myös rumpukuivata.

- Lasten vedenpitävä talvitakki, tyttöjen malli
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava ja säädettävä huppu
- Vetoketjutaskut, älykorttitasku hihassa
- Säädettävät hihansuut, joiden sisällä lycra-rannekkeet
- Uudistettu vetoketjurakenne - ei enää jumituneita vetoketjuja!
- Säädettävä helma, lumilukko vyötäröllä

OSTOKSILLE

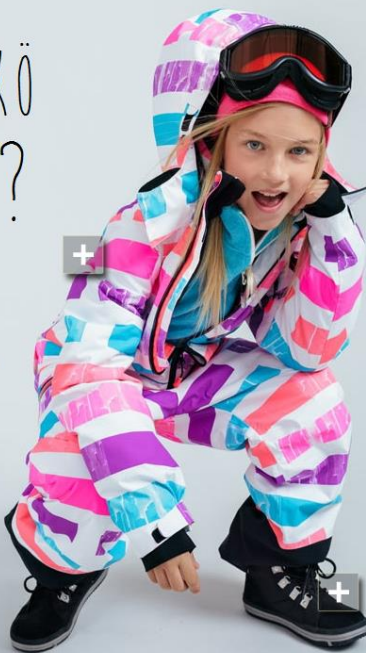
Детская зимняя куртка Reimatec® Roxana
размеры: 92-128

Вперед покорять вершины! Эта модная зимняя куртка Reimatec® для девочек с красочным принтом отлично смотрится как на склонах гор, так и в городе. Функциональные детали позволяют детям проводить на улице целый день. Куртка из полностью водо- и ветронепроницаемого, дышащего материала не позволяет ребенку замерзнуть или вспотеть во время активных прогулок. Благодаря гладкой подкладке из полиэстера, куртка легко надевается и позволяет пристегивать теплый промежуточный слой. Регулируемые манжеты и подол куртки обеспечивают отличную посадку. Предотвращают попадание снега. При необходимости, подкладку можно отстегнуть. На рукаве имеется специальный карман для карточки лыжного клуба, а для остальных мелочей предусмотрен карман на груди, а также карманы на молнии. Съемный регулируемый капюшон обеспечивает безопасность во время игр на улице, легко снимается. Кроме того, на капюшоне имеется клапан для защиты от ветра и козырек. А завершают стильную зимнюю куртку двусторонние молнии на карманах, улучшенная структура которых не позволяет молниям застревать! Куртка проста в уходе, можно сушить в центрифуге.

- Водонепроницаемая зимняя куртка для детей постарше, модель для девочек
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съемный регулируемый капюшон
- Карманы на молнии, на рукаве карман для карты лыжного клуба
- Регулируемые манжеты и внутренние манжеты из лайкры
- Новая усовершенствованная структура молнии - молния больше не заклинивает!
- Регулируемый подол, блокировка от снега на талии

КУПИТЬ

MENNÄÄNKÖ MÄKEEN?



REIMATEC® +
= PARASTA
SUORITUSKYKYÄ

Turvallinen, irrotettava
ja säädettävä huppu

Vetoketjutaskut,
älykorttitasku hihassa

Sisäänrakennetut henkselit

Säädettävä vyötärö ja hihansuut,
joissa lycra-rannekkeet

Lumilukot ja vahvikkeet lahkeensuissa

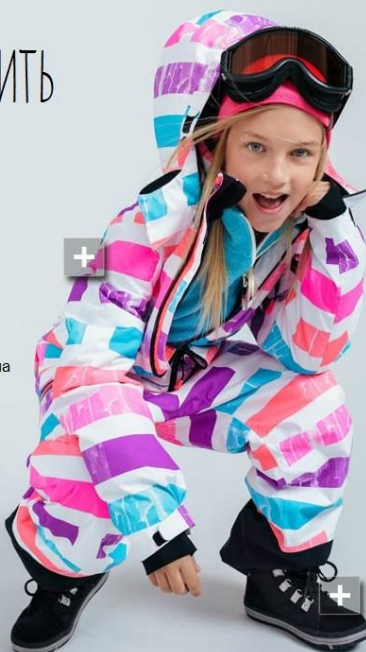
Erittäin hyvä kulutuksenkesto

Vesipilariarvo 10 000 – 15 000 mm

Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi

16/24

ХОТИТЕ ПОКОРИТЬ СПУСКИ?



REIMATEC +
= ДЛЯ
ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ
УСЛОВИЙ

Безопасный, отстегивающийся и
регулируемый капюшон

Карманы на молнии,
лыжный карман для
карточек на рукаве

Внутренние подтяжки для
комфортной носки

Регулируемая талия и манжеты
помощью внутренних лайкровых
манжет

Защита от попадания снега и
усиленный материал внизу штанин

Хорошая износостойкость материала

Водонепроницаемая
мембрана 10 000 – 15 000 мм

Все швы водонепроницаемы

16/24

Lasten Reimatec®-toppahaalari Snowfall

koot: 104-164

Rinteiden himrut hoi! Tässä raikkaan raidallisessa lasten lasketteluhaalarissa erottuu edukseen rinteessä! Lasten täysin vedenpitävä toppahaalari on valmistettu tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista, joka hylkii tehokkaasti likaa ja vettä! Kaikki haalarin saumat on teipattu vedenpitäviksi, jotta rinteiden valloittajat voisivat lasketella kuivana ja lämpimänä vaikka koko päivän - säästä riippumatta! Sileä polyesterivuori luistaa mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävältä teknisen välikerssasun kanssa. Erityisesti rinnelajeihin suunniteltu toppahaalari on tulvillaan toiminnallisuutta ja huolella suunniteltuja yksityiskohtia. Älykorttitasku hihassa on laskettelijan pelastus hissijonossa, ja vetoketjullisiin taskuihin sekä povitaskuihin saa säilöön tärkeät pikkuesineet laskun ajaksi. Säädettävät hihansuut takaavat hyvän istuvuuden ja resoreilla varustetut sisärannekkeet pitävät kylmän loitolla. Irrotettava ja tarroilla säädettävä huppu suojaa viimalta, mutta on myös turvallinen rinteessä. Hupun reunassa on näppärit tarroilla suljettavat tuulilistat, jotka antavat tehokkaan läsisuojan kaulalle viimalta. Hupussa on myös suojaava visiiri. Sisäänrakennetut henkseilit ovat näppärit rinnekahviassa pistäytyessä - henkseilit kannattelevat yläosaa lanteilla viivottelun ja tauon ajan. Lumiukot lahkeensuissa pitävät kylmät ylitykset loitolla ja ne saa näppärästi kiinnitetty lahkeisiin, joten ne eivät luiskehda kengän alle. Uudistettu vetoketjurakenne on kätevä käytössä, sillä sen ansiosta vetoketju ei jää takkiin kiinni.

- Lasten talvihaalari
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava ja säädettävä huppu
- Vetoketjutaskut, älykorttitasku hihassa
- Sisäänrakennetut henkseilit
- Säädettävä vyötärö ja hihansuut, joissa lycra-rannekkeet
- Uudistettu vetoketjurakenne - ei enää jumittunutta vetoketjuja!
- Lumiukot ja vahvikkeet lahkeensuissa

OSTOKSILLE

REIMATEC® +
= PARASTA
SUORITUSKYKYÄ

Turvallinen, irrotettava
ja säädettävä huppu

Vetoketjutaskut,
älykorttitasku hihassa

Sisäänrakennetut henkseilit

Säädettävä vyötärö ja hihansuut,
joissa lycra-rannekkeet

Lumiukot ja vahvikkeet lahkeensuissa

16/24

Подростковый зимний комбинезон Reimatec® Snowfall

размеры: 104-164

Скоростной спуск на склонах, ура! В этом новом детском лыжном комбинезоне вы можете быть уверены, что будете выделяться на склонах! Абсолютно водонепроницаемый зимний детский комбинезон выполнен из ветронепроницаемого и дышащего материала, который эффективно отталкивает воду и грязь. Все швы проклеены и водонепроницаемы, так что дети могут кататься на лыжах целый день, в любую погоду! Гладкая полиэстеровая подкладка облегчает одевание, а благодаря техническим, теплым промежуточным слоям дарит ощущение комфорта. Этот комбинезон разработан специально для катания на лыжах и, поэтому в нем есть множество функциональных и тщательно разработанных деталей. Карманы для лыжных карт на рукаве позволяют экономить время в очереди к подъемнику, а карманы на молнии и внутренние нагрудные карманы надежно сохраняют мелкие предметы во время зимних забав. Регулируемые манжеты обеспечивают хорошую посадку, и внутренние манжеты из лайкры удерживают холод во вне. Съемный и регулируемый капюшон защищает от пронизывающего ветра, но также безопасен на склонах. Практичные блокираторы ветра на краях капюшона обеспечивают дополнительную защиту для шеи от холодного ветра. Капюшон также оснащен защитным козырьком. Внутренние подтяжки очень удобны при нахождении в помещении - подтяжки поддерживают верхнюю часть, пока вы наслаждаетесь перерывом. Защита от попадания снега на концах штанов предотвращает неожиданное замерзание и могут легко крепиться внизу ноги, чтобы предотвратить их соскальзывание под обувь. Новая, улучшенная структура молнии очень полезна, поскольку теперь нет необходимости беспокоиться о том, что молния может застрять!

- Зимний комбинезон для подростков
- Все швы водонепроницаемы
- Безопасный, отстегивающийся и регулируемый капюшон
- Карманы на молнии, лыжный карман для карточек на рукаве
- Внутренние подтяжки для комфортной носки
- Регулируемая талия и манжеты помощью внутренних лайкровых манжет
- Новая улучшенная структура молнии, молния больше не застрять!
- Защита от попадания снега и усиленный материал внизу штанов

КУПИТЬ

REIMATEC® +
= ДЛЯ
ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ
УСЛОВИЙ

Безопасный, отстегивающийся и
регулируемый капюшон

Карманы на молнии,
лыжный карман для
карточек на рукаве

Внутренние подтяжки для
комфортной носки

Регулируемая талия и манжеты
помощью внутренних лайкровых
манжет

Защита от попадания снега и
усиленный материал внизу штанов

16/24

PRIMALOFT.

KAAN
HUIPPU
JUTTU!

Tämän talven huippu-uutuus on **Reimatec®+** takki, jossa lämmitää korkealaatuinen **PrimaLoft®** -untuvasekoite.



17/24

Reima®-aurinkolasit antavat 100 % suojan UVA- ja UVB-säteitä vastaan. Ne on suunniteltu erityisesti lasten käyttöön, joten niissä yhdistyvät ergonominen muotoilu, keveys ja taipuisuus.

PRIMALOFT.

СТРЕМИСЬ К
ВЕРШИНАМ!

Этой зимой нашей самой инновационной моделью стала куртка **Reimatec®+** с новым высокоэффективным утеплителем на пуховой смеси **PrimaLoft®**.



17/24

Солнцезащитные очки **Reima®** обеспечивают 100% защиту от лучей спектра А и В. Высококачественные ударопрочные линзы имеют противотуманное покрытие, благодаря чему они не запотевают. Эргономичная оправа - гибкая и легкая. Так пусть всегда светит солнце - и зимой тоже!

PRIMALOFT.

Lasten Reimatec®+-toppatakki Air

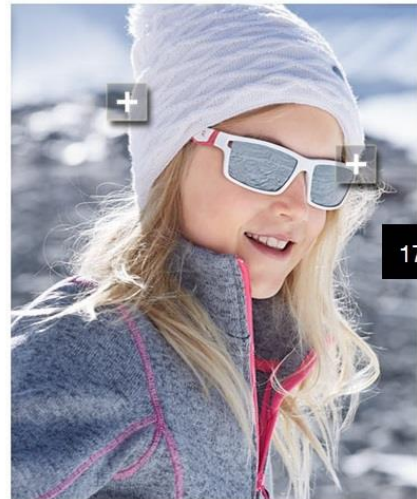
koot: 104-164

Tämä superfunktionaalinen lasten toppatakki on suunniteltu rinteeseen ja reippaaseen talviulkoiluun! Täysin veden- ja tuulenpitävästä, bluesign®-hyväksytyistä materiaaleista valmistettu takki takaa mukavan ja lämpimän olon, kelistä riippumatta. Talvitakin materiaali on myös hengittävää ja sen kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi. Erittäin kevyt ja lämmin PrimaLoft® Performance untuvasekoitus pitää aktiiviset ulkoilmaspesialistit lämpiminä ja sileä vuori tuntuu mukavasti teknisten välikerroksujen kanssa. Takissa on säädettävä helma ja lumilukko, joka pitää lumiset ja kylmät yllätykset loitolla. Lumilukon voi lisäksi kiinnittää vuorissa oleviin taskuihinsa, mikäli se ei ole käytössä ja siinä olevan lenkin avulla housut ja takin saa näppärästi toisinsa kiinni. Säädettävä ja irrotettava huppu suojaa vimmalta ja isää turvallisuutta ulkoillessa. Aktiivisiin rinnepäivien suunnittelussa takissa on älykorttitasku hihassa ja povitasku, sekä lenkit kuulokkeiden puihoille. Uudistettu vetoketjurakenne on käytössä superkätevä, eikä vetoketjun jumutumisesta tarvitse huolehtia!

- Lasten vedenpitävät talvitakki, tyttöjen malli
- bluesign® hyväksytty materiaali
- PrimaLoft® Performance untuvasekoitus, hihoissa ja hupussa vanu
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava huppu
- Vetoketjutaskut, älykorttitasku hihassa
- Povitasku ja lenkit kuulokkeille
- Säädettävät hihansuut, joissa lycra-rannekkeet
- Uudistettu vetoketjurakenne - ei enää jumutuneita vetoketjuja!
- Säädettävä helma, lumilukko vyötäröllä
- Housut ja takin saa kiinnit toisinsa lumilukolla

OSTOKSILLE

Tämän takin huppu on **Reimatec®+-** takki, jossa lämmitää korkealaatuinen **PrimaLoft®** -untuvasekoite.



17/24

Reima®-aurinkolasit antavat 100 % suojan UVA- ja UVB-säteitä vastaan. Ne on suunniteltu erityisesti lasten käyttöön, joten niissä yhdistyvät ergonominen muotoilu, keveys ja taipuisuus.

PRIMALOFT.

Подростковая зимняя куртка Reimatec®+ Air

размеры: 104-164

Эта супер-функциональная зимняя куртка для детей прекрасно подойдет для лыжников и любителей других видов зимнего отдыха! В этой куртке, пошитой из одобренного bluesign® водо- и ветронепроницаемого материала, ребёнку будет комфортно на лыжных склонах в любую погоду. Ткань пропускает воздух, а все швы проклеены для создания водонепроницаемости и максимального удобства во время пребывания на улице. Супер-лёгкий и тёплый пух PrimaLoft® Performance не позволит любителям прогулок замерзнуть, а гладкая подкладка удобна для промежуточных слоев. Регулируемый подол и блокировка от снега на талии защитит ребёнка от холода. Когда блокировка не используется, её можно прикрепить к карманам. Брюки можно прикрепить к куртке с помощью специального соединителя на блокировке от снега, чтобы ребёнку было теплее и комфортнее. Регулируемый съёмный капюшон защищает от холодного ветра и обеспечивает дополнительную безопасность во время активных игр. Разработанная специально для активного времяпрепровождения на лыжных склонах, эта куртка имеет удобный карман для карты лыжного клуба на рукаве и внутренний нагрудный карман - благодаря удобным петлям, провода от наушников не запутаются. Новая, усовершенствованная структура молнии очень удобна. Больше никаких беспокойств из-за заклинившей молнии!

- Водонепроницаемая зимняя куртка для подростков, модель для девочек
- материал bluesign®
- Туловище, рукава и капюшон утеплены пухом PrimaLoft® Performance
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный регулируемый капюшон
- Карманы на молниях, карман для карты лыжного клуба на рукаве
- Внутренний нагрудный карман и петли для проводов от наушников
- Регулируемые манжеты и внутренние манжеты из лайкры
- Новая усовершенствованная структура молнии - молния больше не заклинит!
- Регулируемый подол, блокировка от снега на талии
- Блокировка от снега со специальным соединителем для брюк и куртки

КУПИТЬ

С новым высокоэффективным утеплителем на пуховой смеси **PrimaLoft®**



17/24

Солнцезащитные очки Reima® обеспечивают 100% защиту от лучей спектра А и В. Высококачественные ударопрочные линзы имеют противотуманное покрытие, благодаря чему они не запотевают. Эргономичная оправа - гибкая и легкая. Так пусть всегда светит солнце - и зимой тоже!

PRIMALOFT.

ИЛИ АУИППУ
ЖУТТУ!



Tämän talven huippu-uutuus on **Reimatec®+**-takki, jossa lämmittää korkealaatuinen **PrimaLoft®** -untuvasekoite.

Lasten pipo Tupsu
koot: 50-56

Lasten tyylikästä pipoa somistaa kaunis palmikkokuosi ja iso tupsu! Tässä todella lämpimässä myssyssä pää pysyy lämpimänä talvakkasilla, pehmoinen pöröfleecevuori lämmittää tehokkaasti kylmällä säällä ja tuulenpitävät korvalliset suojaavat korvia viimalta. Myssyn päällinen on lämpöistä villasekoiteneulosta, jonka eleganti neulekuosi viimeistelee tyylin. Valitse suosikiksi kauden trendiväreistä, jotka on helppo yhdistellä monenlaisiin asukokonaisuuksiin!

- Lasten pipo
- Lämmin villasekoitepipo, jossa palmikkokuosi
- Kokovuori erittäin lämmintä ja pehmeää pöröfleeceä
- Tuulenpitävät korvalliset

OSTOKSILLE



Reima®-aurinkolasit antavat 100 % suojan UVA- ja UVB-säteitä vastaan. Ne on suunniteltu erityisesti lasten käyttöön, joten niissä yhdistyvät ergonominen muotoilu, keveys ja taipuisuus.

PRIMALOFT.

СТРЕМИСЬ К
ВЕРШИНАМ!



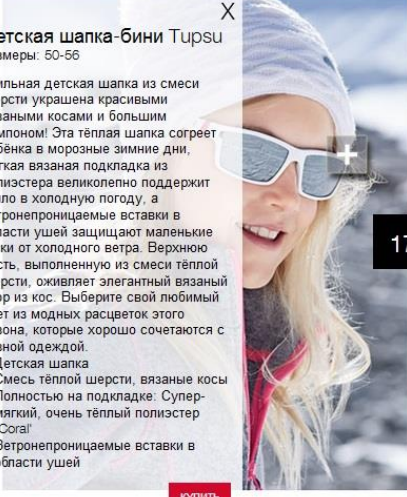
Этой зимой нашей самой инновационной моделью стала куртка Reimatec®+ с новым высокоэффективным утеплителем на пуховой смеси **PrimaLoft®**.

Детская шапка-бини Tupsu
размеры: 50-56

Стильная детская шапка из смеси шерсти украшена красивыми вязаными косами и большим помпоном! Эта теплая шапка согреет ребенка в морозные зимние дни, мягкая вязаная подкладка из полиэстера великолепно поддержит тепло в холодную погоду, а ветронепроницаемые вставки в области ушей защищают маленькие ушки от холодного ветра. Верхнюю часть, выполненную из смеси теплой шерсти, оживляет элегантный вязаный узор из кос. Выберите свой любимый цвет из модных расцветок этого сезона, которые хорошо сочетаются с разной одеждой.

- Детская шапка
- Смесь теплой шерсти, вязаные косы
- Полностью на подкладке: Супермягкий, очень теплый полиэстер "Coral"
- Ветронепроницаемые вставки в области ушей

КУПИТЬ



Солнцезащитные очки **Reima®** обеспечивают 100% защиту от лучей спектра А и В. Высококачественные ударопрочные линзы имеют противотуманное покрытие, благодаря чему они не запотевают. Эргономичная оправа - гибкая и легкая. Так пусть всегда светит солнце - и зимой тоже!

IHAAN HUIPPUJUTTU!

Tämän talven huippu-uutuus on **Reimatec®+**-takki, jossa lämmitää korkealaatuinen **PrimaLoft®** -untuvasekoite.



Aurinkolasit Spegling

koot: one size

Lasten silmät tulisi suojata auringon vahingoittavilta säteiltä. Näiden yli kuusivuotiaalle lapsille suositeltujen aurinkolasien linsit suojaavat sekä UVA-että UVB-säteiltä ja itse lasit ovat CE-sertifioit. Aurinkolaseissa on rakkaat väryhoitelmat ja mukana suojakotelo.

- Aurinkolasit, suositellaan yli 6-vuotiaalle
- Illoiset väryhoitelmat
- Linseissa UVA/UVB-suoja
- CE-sertifioit
- Suojapussi mukana

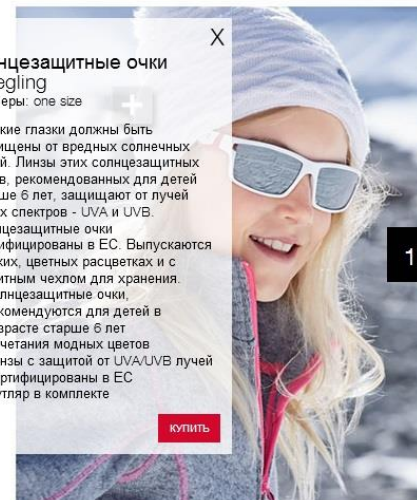
OSTOKSILLE

17/24

Reima®-aurinkolasit antavat 100 % suojan UVA- ja UVB-säteiltä vastaan. Ne on suunniteltu erityisesti lasten käyttöön, joten niissä yhdistyvät ergonominen muotoilu, keveys ja taipuisuus.

СТРЕМИСЬ К ВЕРШИНАМ!

Этой зимой нашей самой инновационной моделью стала куртка Reimatec®+ с новым высокоэффективным утеплителем на пуховой смеси **PrimaLoft®**.



Сонцезащитные очки Spegling

размеры: one size

Детские глаза должны быть защищены от вредных солнечных лучей. Линзы этих солнцезащитных очков, рекомендованных для детей старше 6 лет, защищают от лучей обоих спектров - UVA и UVB. Солнцезащитные очки сертифицированы в ЕС. Выпускаются в ярких, цветных расцветках и с защитным чехлом для хранения.

- Солнцезащитные очки, рекомендуются для детей в возрасте старше 6 лет
- Сочетания модных цветов
- Линзы с защитой от UVA/UVB лучей
- Сертифицированы в ЕС
- Футляр в комплекте

КУПИТЬ

17/24

Солнцезащитные очки Reima® обеспечивают 100% защиту от лучей спектра А и В. Высококачественные ударопрочные линзы имеют противотуманное покрытие, благодаря чему они не запотевают. Эргономичная оправа - гибкая и легкая. Так пусть всегда светит солнце - и зимой тоже!



Lasten pipo Wild
koot: 52-58

Tämä lasten trendikäs talvipipo on valmistettu lämpimästä, korkealaatuisesta akryylineuloksesta. Pehmeä ja paksu fleesevuori lämmittää tehokkaasti kylmällä talvisäällä, ja myös heilpohoton akryyli säätää lämpöä. Tuulenpitävät korvallisat suojelevat korvia kylmältä viimältä taaten yhdessä lämmittävän päälle- ja vuorimateriaalin kanssa miellyttävät ulkoseikkailut pakkaskäleillä. Rento, vaka malli, jossa on hauskat väryhdistelmät on helppo yhdistellä monenlaisiin asukokonaisuuksiin - veikeä kontrastivärinen tupsu viimeistelee trendikkään tavllookin!

- Lasten talvipipo
- Lämmin ja paksu, korkealaatuinen neulos
- Pehmeä ja lämmin fleesevuori
- Tuulenpitävät korvallisat

OSTOKSILLE

18/24

RINTEIDEN RÄMÄPÄÄT
OLIVER JA ELIAS
#REIMAKID

Шапка-бини для подростков Wild
размеры: 52-58

Эта зимняя детская шапка из тёплой, толстой, высококачественной акриловой пряжи станет модным выбором для зимних прогулок. В этой шапке с подкладкой из мягкого, тёплого флиса ребёнок не замёрзнет в холодные зимние месяцы. Простой в уходе акрил отлично контролирует температуру. Ветропроницаемые вставки в области ушей защищают маленькие ушки от холодного ветра, поэтому маленьким искателям приключений будет тепло и комфортно. Уютная модель весёлой расцветки легко сочетается с разной одеждой, а помпон контрастного цвета делает образ неповторимым.

- Зимняя шапка для детей и подростков
- Тёплая, толстая, высококачественная пряжа
- Мягкая, тёплая подкладка из флиса
- Ветропроницаемые вставки в области ушей

КУПИТЬ

18/24

НЕПОСЕДЫ НА
СКОРОСТНОМ СПУСКЕ
ОЛИВЕР И ЭЛИАС
#REIMAKID

Lasten pipo Slalom
koot: 52-68

Lasten sporttinen villasekoitepipo on mitä mainioin valinta aktiiviseen rinnepäivään! Pehmeä puuvillaneulevuori yhdessä villan kanssa lämmittävät vauhdikkaassa menossa talvipakkasilla ja tuulenpitävät korvalliset suojaavat korvia viimata. Sporttisen mallin raikkaat värit piristävät talviseikkailuja!

- Lasten pipo
- Lämmin villasekoiteneulos
- Kokovuori pehmeää puuvillaneulosta
- Tuulenpitävät korvalliset
- Jacquard-kuvioitu neulos

OSTOKSILLE

18/24

RINTEIDEN RÄMÄPÄÄT
OLIVER JA ELIAS
#REIMAKID

Шапка-бини для подростков Slalom
размеры: 52-68

Детская спортивная шапка из смеси шерсти - прекрасный выбор для активного дня на лыжном спуске! Шапка с мягкой хлопчатобумажной вязаной подкладкой согреет голову ребенка, с какой бы скоростью он ни двигался, а ветронепроницаемые вставки в области ушей защитят маленькие ушки от холодного ветра. Спортивная модель яркой расцветки обязательно сделает зимнее приключение веселым!

- Шапка для детей и подростков
- Связана из смеси теплой шерсти
- Полностью на подкладке: Мягкая хлопчатобумажная вязаная подкладка
- Ветронепроницаемые вставки в области ушей
- Вязанный жаккардовый узор

КУПИТЬ

18/24

ПЕТИ СЕДЫ НА
СКОРОСТНОМ СПУСКЕ
ОЛИВЕР И ЭЛИАС
#REIMAKID

Lasten Reimatec®-toppatakki Wheeler
koot: 104-164

Valmiina valloittamaan rinteet? Tässä raikkaassa lasten laskettelutakissa erottuu edukseen rinteessä! Vedenpitävä talvitakki on valmistettu tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista, joka hylkii vettä ja likaa. Takin kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi, jotta rinteessä voisi laskea vaikka koko päivän, keissä kuin keissä! Sileä polyesterivuori luistaa mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävältä teknisen ja lämpimän väkerosasun kanssa. Erityisesti rinnetajihin suunnitellussa takissa on reilusti toiminnallisuutta ja huolellisesti suunniteltuja yksityiskohtia. Älykorttitasku hihassa on laskettelijan pelastus hissijonossa, ja vetoketjuisiin taskuihin sekä povitaskuihin saa säilöön tärkeitä pikkuesineet laskun ajaksi. Kuulokkeiden johdolle löytyy näppärit silmukat, jotka pitävät johdot aisoissa. Säädettävät hihansuut takaavat hyvän istuvuuden ja resoreilla varustetut sisärannekkeet pitävät kylmän loitolla. Vyötäröllä on näppärä lumilukko, jonka saa myös kuumista kytkettyä suojataskuihinsa, mikäli sille ei ole käyttöä. Irrotettava ja tarroilla säädettävä huppu suojaa viimailta, mutta on myös turvallinen rinteessä. Hupun reunassa on näppärit tarroilla suljettavat tuulilistat, jotka antavat tehokkaan lisäsuojan kaulalle viimailta. Uudistettu vetoketjurakenne on kätevä käytössä, sillä sen ansiosta vetoketju ei jää takkiin kiinni.

- Lasten vedenpitävä talvitakki, polkien malli
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava ja säädettävä huppu
- Vetoketjutaskut, älykorttitasku hihassa
- Tasku laskettelulaseille, povitasku ja silmukat kuulokkeiden johdolle
- Säädettävät hihansuut, joiden sisällä joutosorsit
- Uusi, paranneltu vetoketjurakenne
- Säädettävä helma, lumilukko vyötäröllä

OSTOKSILLE

18/24

RIINTEIDEN RÄMÄPÄÄT
OLIVER JA ELIAS
#REIMAKID

Подростковая зимняя куртка Reimatec® Wheeler
размеры: 104-164

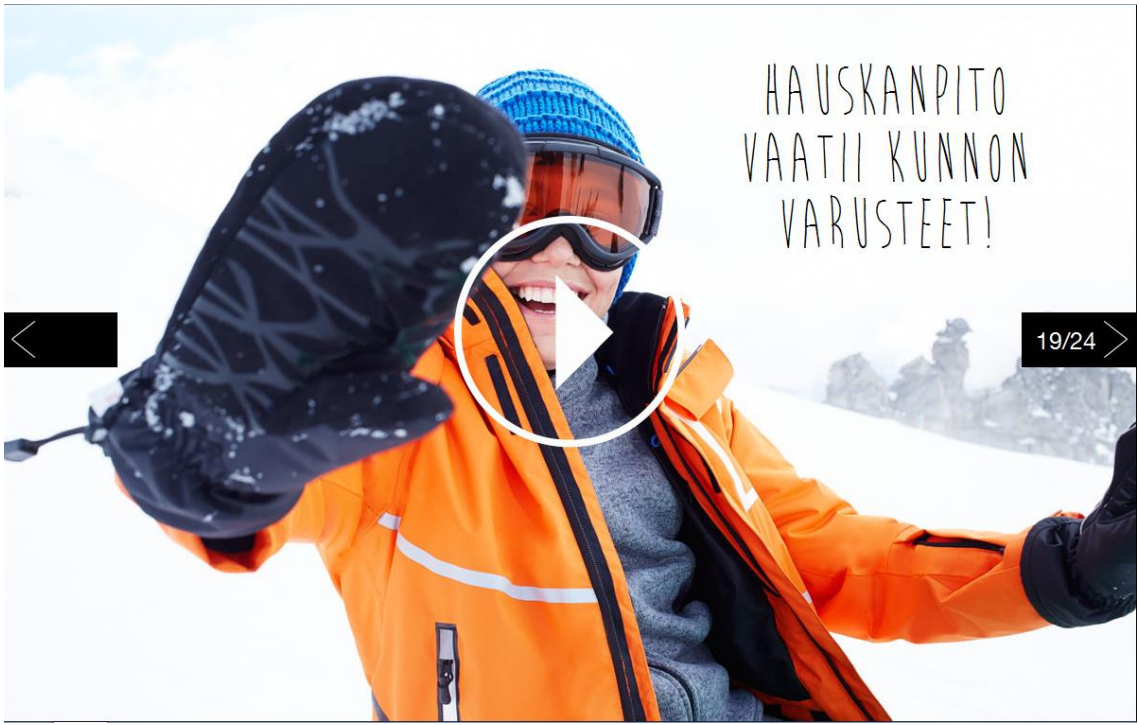
Готовы покорять лыжные склоны? В этой яркой детской лыжной куртке вы обязательно будете выделяться на фоне снежных склонов. Водонепроницаемая детская куртка пошита из ветронепроницаемого и пропускающего воздух материала, который также отталкивает воду и грязь. Все швы проклеены для создания водонепроницаемости, поэтому дети могут кататься на лыжах весь день и в любую погоду! Гладкая подкладка из полиэстера облегчает процесс одевания и удобно носится с теплыми промежуточными слоями. Эта куртка специально предназначена для лыжников, поэтому она многофункциональна и имеет множество продуманных функциональных деталей. Карман для карты лыжного клуба пригодится, когда вы будете стоять в очереди к подъемнику, а в карманах на молнии и внутренних нагрудных карманах можно хранить маленькие вещицы во время зимнего отдыха. Благодаря удобным петлям, провода от наушников не запутаются. Регулируемые манжеты плотно прилегают, а внутренние манжеты из лайкры не пропускают холод. Блокировка от снега на талии предохраняет от снежных сюрпризов, может прикрепляться к карманам, когда не используется. Съёмный и регулируемый капюшон не только защищает от холодного ветра, но и безопасен на лыжных склонах. Удобные ветроотражатели на капюшоне защищают шею от холодного ветра. Новая, усовершенствованная структура молнии очень удобна. Больше никаких беспокойств из-за заклинившей молнии!

- Водонепроницаемая зимняя куртка для подростков, модель для мальчиков
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный регулируемый капюшон
- Карманы на молниях, карман для карты лыжного клуба на рукаве
- Карман для защитных очков, внутренний нагрудный карман и петли для проводов от наушников
- Регулируемые манжеты и внутренние манжеты из лайкры
- Новая усовершенствованная структура молнии - молния больше не заклинит!
- Регулируемый подол, блокировка от снега на талии

КУПИТЬ

18/24

НЕПОСЕДЫ НА
СКОРОСТНОМ СПУСКЕ
ОЛИВЕР И ЭЛИАС
#REIMAKID

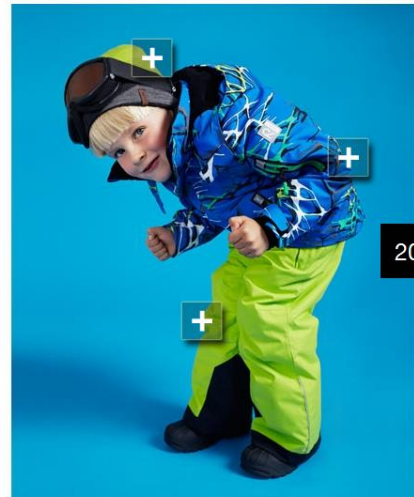


HAUSKANPITO
VAATII KUNNON
VARUSTEET!

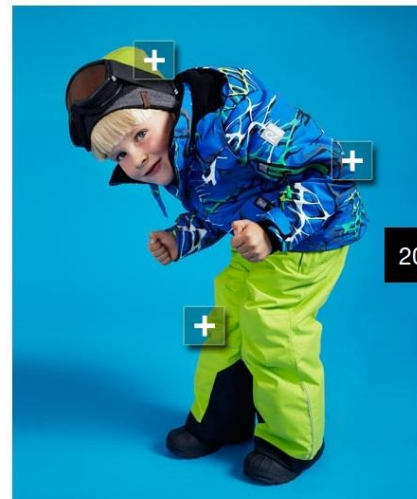


ВЕСЕЛЫЕ ИГРЫ НА УЛИЦЕ
ТРЕБУЮТ НАДЕЖНОЙ ЗАЩИТЫ.






Aktiivurheiluun suunnitellusta mallistostamme löydät kaikki kerrokset ja tekniset yksityiskohdat, jotka takaavat sen, että riemua ninteessä riittää.



Берите от горнолыжных склонов максимум! Создавайте слой за слоем свой непревзойденный образ для катания. В наших коллекциях есть все необходимые слои и технические элементы, предназначенные для занятий зимними видами спорта.



◀

Lasten pipo Hehku

koot: 50-56

Tämä tyylikäs villapipo ei vain näytä trendikkaalta talven ulkoilasuojien kanssa, mutta on myös todellinen tehollämmittäjä! Lämpimästä villasekoteneuleesta valmistetussa pipossa on pehmeä puuvillaneulosvuori, joka tuntuu ihanan pehmeältä ihoa vasten. Tuulenpitävät korvallsiset suojaavat pieniä korvia talven viimalta. Tämä kaunis malli on valmistettu Mouline-langasta, jossa hehkuvat sesongin herkulliset värit!

- Lasten pipo
- Lämmin villasekoteneulos
- Kokovuori pehmeää puuvillaneulosta
- Tuulenpitävät korvallsiset

OSTOKSILLE

✕



20/24 ▶

Aktiivurheiluun suunnitellusta mallistostamme löydät kaikki kerrokset ja tekniset yksityiskohdat, jotka takaavat sen, että riemua rinteessä riittää.



◀

Детская шапка-бини Hehku

размеры: 50-56

Эта супер-стильная шапочка-бини не только великолепно выглядит с любой одеждой, но и надёжно согреет в зимний день! Эта шапочка-бини, связанная из смеси тёплой шерсти, на мягкой хлопчатобумажной подкладке, приятна к телу и хорошо сохраняет тепло. Ветропроницаемые вставки в области ушей защищают маленькие ушки от зимнего ветра. Эта модель связана из пряжи "мулине" в самых ярких расцветках этого сезона!

- Шапочка-бини для детей
- Связана из смеси тёплой шерсти
- Полностью на подкладке: Мягкая хлопчатобумажная вязаная
- Ветропроницаемые вставки в области ушей

КУПИТЬ

✕



20/24 ▶

Берите от горнолыжных склонов максимум! Создавайте слой за слоем свой непревзойденный образ для катания. В наших коллекциях есть все необходимые слои и технические элементы, предназначенные для занятий зимними видами спорта.

X

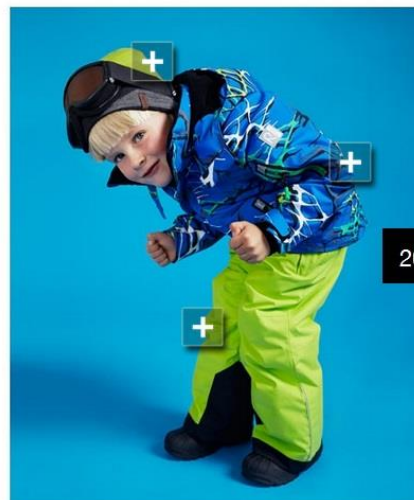
Lasten Thermolite- aluskerasto Lani

koot: 80-160

Aktiivinen ukoliluopaiva talvipakkasilla eessä, mutta mitä pukea ulkovaatteiden alle? Kerrospukeutumisen A ja O on toiminnallinen aluskerros! Tämä lasten kerasto on mitä mainioin valinta reipaasin talven ukoliluuhin toppavaatteiden ja esimerkiksi lämpimän fleecä-välkerrossan alle. Thermolite-materiaalin ansiosta kerasto pitää lapsen kuivana talvituuhissa, sillä se siirtää tehokkaasti kosteuden pois ihoita ulomille kerroksille. Kerasto on mukavan tuntuinen päällä, tasatut saumat takaavat lisämukavuutta rehakkaisissa leikeissä ja paidan pidentetty takahelma suojaa paremmin alessikää. Kevyt, joustava vyötärö istuu hyvin painamatta. Simppei yksivärinen kerasto sopii asuun kuin asuun.

- Lasten toiminnallinen aluskerasto
- Sovetuu erinomaisesti talven aktiviteetteihin
- Lämmin Thermolite-materiaali siirtää kosteuden ja pitää ihon kuivana
- Pidentetty takahelma antaa hyvän suojan
- Litteät tasosaumat eivät hankaa

OSTOKSILLE

20/24 >

Aktiiviruheiluun suunnitellusta mallistostamme löydät kaikki kerrokset ja tekniset yksityiskohdat, jotka takaavat sen, että riemua rinteessä riittää.

X

Детский комплект базового слоя Thermolite Lani

размеры: 80-160

Впереди активный день на открытом воздухе в морозную зимнюю погоду, но что надеть под верхнюю одежду? Функциональный базовый слой является ключевым слоем одежды! Этот детский базовый слой идеально подойдет для зимних приключений, особенно в сочетании с теплым промежуточным слоем из флиса и функциональной верхней одеждой. Материал Thermolite не позволит ребенку замерзнуть или вспотеть во время активных игр, так как эффективно отводит влагу от кожи в наружные слои. Комплект очень приятен к телу, а тонкие плоские швы не раздражают кожу. Удлиненный задний подол обеспечивает дополнительную защиту нижней части спины, а эластичный пояс - удобную посадку. Простой, но очень функциональный комплект базового слоя легко сочетается с различными нарядами.

- Функциональный комплект базового слоя для детей постарше
- Идеально подходит для зимних игр
- Теплый материал Thermolite выводит влагу, обеспечивая сухость кожи
- Фасонная удлиненная спинка для лучшей защиты
- Легкие плоские швы: не натирают

КУПИТЬ




20/24 >

Берите от горнолыжных склонов максимум! Создавайте слой за слоем свой непревзойденный образ для катания. В наших коллекциях есть все необходимые слои и технические элементы, предназначенные для занятий зимними видами спорта.

X


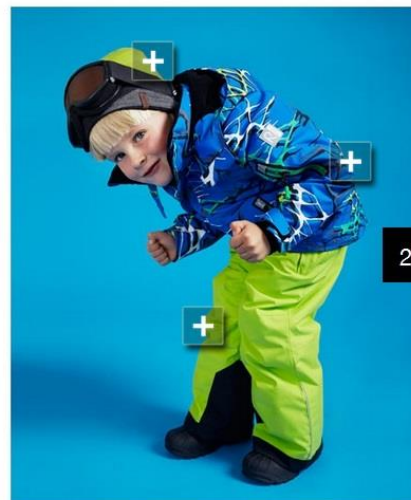
Lasten toppahousut Takeoff

Koot: 104-164

Rinteet ja pulkkamaät edessä! Tämä toiminnalliset toppahousut on suunniteltu aktiivisille lapsille: housujen materiaali hyökkii tehokkaasti likaa ja vettä, ja niiden tärkeimmät saumat on teipattu vedenpitäviksi. Tuulenpitävä ja hengittävä materiaali takaa mukavan olon ulkoilun ajan, lämpimänä ja kuvana hioamatta. Irrotettavat ja säädettävät henkselit ovat erittäin mukavat ja pitävät huolen, että housut pysyvät paikoillaan vauhdikkaassa menossa. Vahvikkeet lahkeensuissa lisäävät kestävyyttä ja suojelevat nilkkoja. Lumilukkojen ansiosta lumiset ja kylmät yllätykset pysyvät loitolla, ja sopivat loistavasti myös laskettelukengän päälle. Säädettävä vyötärö takaa hyvän, yksilöllisen istuvuuden. Työlle ja pojille mitoitetuissa housuissa on suora, hieman vajahko malli.

- Lasten vettähyhkivät talvihousut
- Tärkeimmät saumat teipattu vedenpitäviksi
- Irrotettavat henkselit
- Vetoketjutaskut
- Säädettävä vyötärö
- Lumilukot ja vahvikkeet lahkeensuissa

OSTOKSILLE

20/24

Aktiivivurheiluun suunnitellusta mallistostamme löydät kaikki kerrokset ja tekniset yksityiskohdat, jotka takaavat sen, että riemua rinteessä riittää.

X

Зимние брюки для подростков Takeoff

размеры: 104-164

Нас ждут лыжные склоны и санные горки! Эти функциональные зимние брюки специально созданы для подвижных ребят: брюки эффективно отталкивают воду и грязь, а все основные швы проклеены для водонепроницаемости. Благодаря ветронепроницаемому, пропускающему воздух материалу детям будет комфортно играть на улице, они не замерзнут и не вспотеют. Съемные регулируемые подтяжки очень удобны и надёжно удерживают брюки во время активных приключений. Прочное уплотнение на концах брючин защищает ножки. Благодаря блокировке от снега холод останется снаружи, поэтому брюки отлично подходят для лыжных ботинок. Регулируемый пояс гарантирует хорошую посадку по фигуре. Эта модель унисекс имеет прямой, слегка свободный покрой.

- Водонепроницаемые зимние брюки для подростков
- Основные швы проклеены, водонепроницаемы
- Съемные подтяжки
- Карманы на молниях
- Регулируемая талия
- Блокировка от снега на брючинах

КУПИТЬ




20/24

Берите от горнолыжных склонов максимум! Создавайте слой за слоем свой непревзойденный образ для катания. В наших коллекциях есть все необходимые слои и технические элементы, предназначенные для занятий зимними видами спорта.



Lasten Reimatec®-toppatakki Regor

koot: 92-128

Lasten vedenpitävässä Reimatec®-toppatakissa on villi värikäs kuosi ja paljon toiminnallisia yksityiskohtia, joiden ansiosta se on loistava valinta myös rinneleihin! Trendikäs, veden- ja tuulenpitävä malli sopii mainiosti kaikenlaiseseen ulkoiluun, säästä riippumatta. Takin vedenpitäviksi teipatut saumat pitävät huolen, että rinteessä ja pulkkamaässä viihtyy koko päivän ja hengittävä materiaali estää turhaa hikoilua. Sileä polyesterivuori luistaa mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävältä lämpimän väikerrossan kanssa. Takissa on säädettävä helma ja hihansuut. Lumilukko vyötäröllä pitää lumiset ylätykset loitolla - lumilukon saa myös näppärästi kiinnitettyä vuorissa oleviin kiinnikkeisiin, mikäli se ei ole käytössä. Hihnan näppärään alykottitaskuun sijahtaa rinnelepou ja povitaskuun ja vetoketjuisiin taskuihin saa muut pienet aarteet säilyttää. Irrotettava ja säädettävä huppu on turvallinen talviaktiiviteeteissä, sillä se irtoaa helposti, jos se jää johonkin kiinni. Hupussa on myös kaulaa suojaava tuulista ja otsalle ulottuva visiri. Takin tyylin viimeistelevät taskujen käännetyt vetoketjut - huomaat uudistettu vetoketjurakenne, jonka ansiosta vetoketju kulkee sulavasti jumiutumatta! Helppofoitoisen takin saa myös rumpukuivata.

- Lasten vedenpitävä taittakki
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava ja säädettävä huppu
- Vetoketjutaskut, alykottitasku hihassa
- Säädettävät hihansuut, joiden sisällä lycra-rannekkeet
- Uudistettu vetoketjurakenne - ei enää jumiutuneita vetoketjuja!
- Lumilukko vyötäröllä
- Säädettävä helma

OSTOKSILLE

20/24

Aktiivurheiluun suunnitellusta mallistostamme löydät kaikki kerrokset ja tekniset yksityiskohdat, jotka takaavat sen, että riemua rinteessä riittää.



Детская зимняя куртка Reimatec® Regor

размеры: 92-128

Эта водонепроницаемая зимняя куртка Reimatec® с красочным звериным принтом и большим количеством функциональных деталей идеально подходит для катания на склонах! Модные водо- и ветронепроницаемые костюмы подходят для любого вида зимнего отдыха, в любую погоду. Проклеенные швы и дышащий материал не позволят ребенку замерзнуть или вспотеть во время катания на склонах. Благодаря гладкой подкладке из полиэстера, куртка легко надевается и позволяет пристегивать теплый промежуточный слой. Регулируемые манжеты и подол куртки обеспечивают отличную посадку. Предотвращает попадание снега. При необходимости, подкладку можно отстегнуть. На рукаве имеется специальный карман для карточки лыжного клуба, а для остальных мелочей предусмотрен карман на груди, а также карманы на молнии. Съёмный регулируемый капюшон обеспечивает безопасность во время игр на улице, легко снимается. Кроме того, на капюшоне имеется клапан для защиты от ветра и козырек. А завершают стильную зимнюю куртку двусторонние молнии на карманах, улучшенная структура которых не позволяет молниям застрять! Куртка проста в уходе, можно сушить в центрифуге.

- Водонепроницаемая зимняя куртка для детей постарше, модель для мальчиков
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный регулируемый капюшон
- Карманы на молнии, на рукаве карман для карты лыжного клуба
- Регулируемые манжеты и внутренние манжеты из лайкры
- Новая усовершенствованная структура молнии - молния больше не заклинит!
- Блокировка от снега на талии
- Регулируемый подол

Создайте свой неповторимый образ для катания. В наших коллекциях есть все необходимое для зимних каникул. Выберите из наших зимних видов спорта.

КУПИТЬ

20/24



JOKA PÄIVÄ ON PARAS PÄIVÄ LEIKKIÄ

Ulkona on tilaa temmeltää, jolloin lapsi voi leikkiä vapaasti ja oppii kehonhallintaa. Aistit saavat virikkeitä, kun käydään uusissa, erilaisissa leikkipaikoissa, ja mieli virkistyy päivänvalosta.



ЛУЧШИЙ ДЕНЬ ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ - ЭТО КАЖДЫЙ ДЕНЬ.

На улице есть место для шумных игр, что позволяет детям свободно играть и учиться контролировать свое тело. Изучение новых игровых площадок стимулирует чувства, а дневной свет освежает ум. Влажный свежий воздух укрепляет дыхательные пути, повышая иммунитет к болезням.

Lasten villapipo Blixt
koot: 46-52

Trendikäs villapipo talvipakkasille! Tämä rento ja leikkisä lasten pipo on valmistettu lämpimästä villaneuleesta ja siinä on pehmeä, miellyttävä puuvillatrikoovuori. Tuulenpitävät korvalliset suojaavat pieniä korvia kylmältä viimalta ja narut pitävät huolen, että pipo pysyy paikallaan vauhokkaiden seikkailujen ajan. Värikäs tupsu viimeistelee tyylini!

- Taaperon ja lasten villapipo
- Kokovuori: mukavan tuntuinen puuvillatrikoovuori, jossa elastaania
- Tuulenpitävät korvalliset
- Hauska kontrastvärinen tupsu

OSTOKSILLE

JOKA PÄIVÄ
ON PARAS
PÄIVÄ LEIKKIÄ

Ulkona on tilaa temmettää, jolloin lapsi voi leikkiä vapaasti ja oppii kehonhallintaa. Aistit saavat virikkeitä, kun käydään uusissa, erilaisissa leikkipaikoissa, ja mieli virkistyy päivänvalosta.

21/24

Шерстяная шапка-бини для малышей Blixt
размеры: 46-52

Отличная модель для ранних зимних дней! Эта забавная шапочка сделана из теплой шерстяной вязки и имеет с внутренней стороны удобную подкладку из хлопчатобумажного трикотажа. Вставки в области ушей еще больше защищают маленькие ушки, а завязки по бокам не позволяют шапочке соскальзывать во время активного отдыха. Помпон на затылке контрастного цвета дополняет внешний вид шапочки!

- Шерстяная шапочка для малышей и детей постарше
- Сплошная подкладка: удобная из хлопкового трикотажа с эластаном
- Ветропроницаемые вставки в области ушей
- Спереди забавный помпон контрастного цвета

КУПИТЬ

ЛУЧШИЙ ДЕНЬ ДЛЯ АКТИВНОГО
ОТДЫХА НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ - ЭТО
КАЖДЫЙ ДЕНЬ.

На улице есть место для шумных игр, что позволяет детям свободно играть и учиться контролировать свое тело. Изучение новых игровых площадок стимулирует чувства, а дневной свет освежает ум. Влажный свежий воздух укрепляет дыхательные пути, повышая иммунитет к болезням.

21/24

Lasten Reimatec®-toppatakki Fox
koot: 74-98

Joka taaperon toivetakissa seikkalevat valloittavat ketut! Pienten lasten vedenpitävä, leikkisasti kuvioitu toppatakki on suunniteltu talvisiin leikkeihin. Talvitakki on valmistettu veden- ja tuulenpitävästä materiaalista, jossa on ilkaa ja vettä hylkivä pinta. Reimatec®-takin kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi, joten mikään ei voi estää riemukkaita ulkoseikkailuja! Materiaali myös hengittää, joten se ei hiosta vauhdikkaassakaan leikeissä. Takkiosan sileä polyesterivuori luistaa mukavasti pukieissa ja tuntuu miellyttävältä lämpimän välkerrosasun kanssa. Huomaatko, että takkiin saa näppärästi kiinnitettyä monet Reiman välkerrosasuista? Kätevän Play Layers® -nepparikinnityksen ansiosta monet fleecotakit saa kiinnitettyä takkiin isälämpöä ja mukavuutta tuomaan. Irrotettava ja säädettävä huppu suojaa vimalta, mutta on myös turvallinen ulkoleikeissä, sillä se irtoaa helposti, jos se jää johonkin kiinni. Hupussa on pehmeä, harjattu polyesterivuori. Vetoketjutaskuihin saa säilyttää pikkuarteet ulkoilun ajaksi ja heijastavat yksityiskohdat takaavat näkyvyyden pimeän tullen. Helppohoitosen takin saa myös rumpukuvata!

- Taaperon vedenpitävä talvitakki
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava huppu
- Kaksi vetoketjutaskua
- Turvalliset, heijastavat yksityiskohdat

OSTOKSILLE

**JOKA PÄIVÄ
ON PARAS
PÄIVÄ LEIKKIÄ**

Ulkona on tilaa temmeltää, jolloin lapsi voi leikkiä vapaasti ja oppii kehonhallintaa. Aistit saavat virikkeitä, kun käydään uusissa, erilaisissa leikkipaikoissa, ja mieli virkistyy päivänvalosta.

21/24

Зимняя куртка Reimatec® для малышей
Fox
размеры: 74-98

Хитрые лисички спрятались в каждой прелестной курточке для малышей! Водонепроницаемая зимняя мембранная куртка для малышей с весёлым принтом просто создана для зимних развлечений! Водонепроницаемая зимняя куртка пошита из ветронепроницаемого, пропускающего воздух материала, который отталкивает грязь и влагу. Все швы куртки от Reimatec® проклеены, водонепроницаемы, чтобы никакая погода не смогла помешать весёлым зимним приключениям! Ткань пропускает воздух, поэтому ребёнок не вспотеет, как бы быстро он ни двигался. Чтобы куртка легко одевалась и удобно носилась с тёплым промежуточным слоем, она имеет подкладку из гладкого полиэстера. Вы заметили, что к куртке можно легко пристегнуть многие из промежуточных слоёв Reima? Благодаря удобным кнопкам для пристегивания промежуточного слоя к верхней одежде по системе PlayLayers®, многие флисовые кофты можно пристегнуть к куртке, чтобы малышу было теплее и комфортнее. Съёмный и регулируемый капюшон не только защищает от холодного ветра, но и безопасен во время игр на свежем воздухе! Если закреплённый кнопками капюшон зацепится за что-нибудь, он легко отстегнётся. Капюшон отделан мягким полиэстером с начёсом. Когда пойдёте гулять, в карманы на молниях можно положить крошечные сокровища, а светоотражающие детали обеспечат видимость в темноте. Эта куртка не требует особого ухода. Можно сушить в центрифуге.

- Водонепроницаемая зимняя куртка для малышей
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный капюшон
- Два кармана на молниях
- Светоотражающие детали для безопасности

КУПИТЬ

**ЛУЧШИЙ ДЕНЬ ДЛЯ АКТИВНОГО
ОТДЫХА НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ - ЭТО
КАЖДЫЙ ДЕНЬ.**

На улице есть место для шумных игр, что позволяет детям свободно играть и учиться контролировать свое тело. Изучение новых игровых площадок стимулирует чувства, а дневной свет освежает ум. Влажный свежий воздух укрепляет дыхательные пути, повышая иммунитет к болезням.

21/24

Lasten Reimatec®-toppahousut Stockholm

koot: 74-98

Taaperon supersuosittu ORIGINALS-malliston henksei-housut loistavat tänä talvena herkullisissa kausiväreissään! Klassisissa "sisäännyppynousuissa" saa pinalla touhuta tunnista toiseen, sillä poksyt ovat täysin veden- ja tuulenpitävät. Kestävä materiaali kuitenkin hengittää, eikä hiosta, ja koska housujen kaikki saumat on teipattu vedenpitäviksi, on näissä housuissa mukava temmeltää vaikka koko päivän. Joustava vyötärö ja säädettävät henkselit takaavat hyvän istuvuuden ja tuntuvat mukavilta päällä.

Lämmike takamuksessa pitää huolen, että pikkunen peppu pysyy lämpimänä mäkeä laskettaessa ja silikoniset jalkalenkit pitävät lahkeet paikallaan menossa mukana. Pussimaiset suppalahkeet pysyvät paremmin kengän päällä, joten pieni kasvuvara ei kovin herkästi livahda kengän alle. Suosittelemme näitä Reimatec®-toppahousuja kaikenlaisiin hauskoihin talviaktiiviteetteihin!

- Taaperon vedenpitävät talvihousut, ORIGINAL-malli
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Säädettävät henkselit
- Pitkä vetoketju edessä
- Lämmike takamuksessa
- Kestävät silikoniset jalkalenkit

OSTOKSILLE

JOKA PÄIVÄ ON PARAS PÄIVÄ LEIKKIÄ

Ulkona on tilaa temmeltää, jolloin lapsi voi leikkiä vapaasti ja oppii kehonhallintaa. Aistit saavat virikkeitä, kun käydään uusissa, erilaisissa leikkipaikoissa, ja mieli virkistyy päivänvalosta.

21/24

Зимние брюки Reimatec® для малышей Stockholm

размеры: 74-98

Этой зимой супер-популярные мембранные брюки с подтяжками для малышей из коллекции Reima ORIGINALS сияют яркими красками! В этих классических брюках малыши смогут играть на улице весь день, благодаря совершенно водо- и ветронепроницаемому материалу. Прочная ткань пропускает воздух, поэтому ребенок не вспотеет. Благодаря тому, что все швы проклеены для водонепроницаемости, брюки отлично подходят для активных детей. Пояс с резинкой и регулируемые подтяжки гарантируют посадку по фигуре и комфорт. Благодаря утепленной задней части брюк малыши не замерзнут катаясь на санках, а силиконовые штрипки удержат концы брючин при любом темпе игры. Собранные внизу брючины лучше держатся на ботинках, поэтому даже если взять их немножко на вырост, брюки не будут соскальзывать с обуви. Эти зимние мембранные брюки от Reimatec® рекомендованы для всех видов зимнего отдыха!

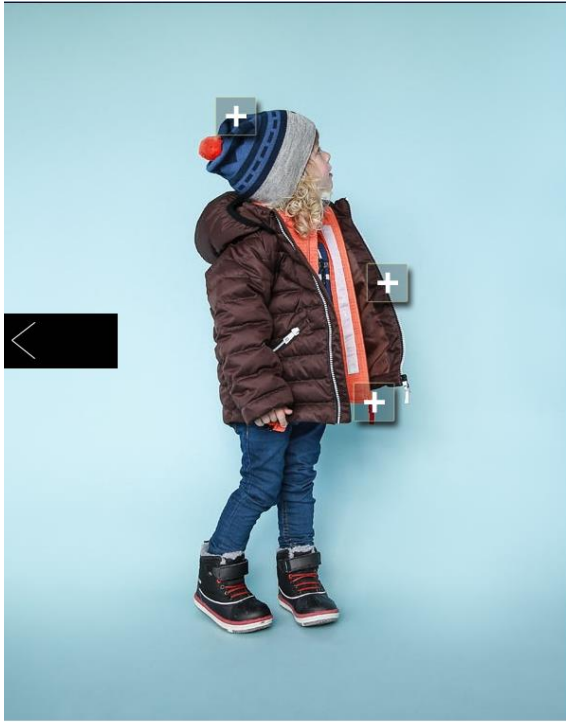
- Водонепроницаемые зимние брюки для малышей в стиле ORIGINAL
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Регулируемые подтяжки
- Длинная молния спереди
- Утепленная задняя часть брюк
- Прочные силиконовые штрипки

КУПИТЬ

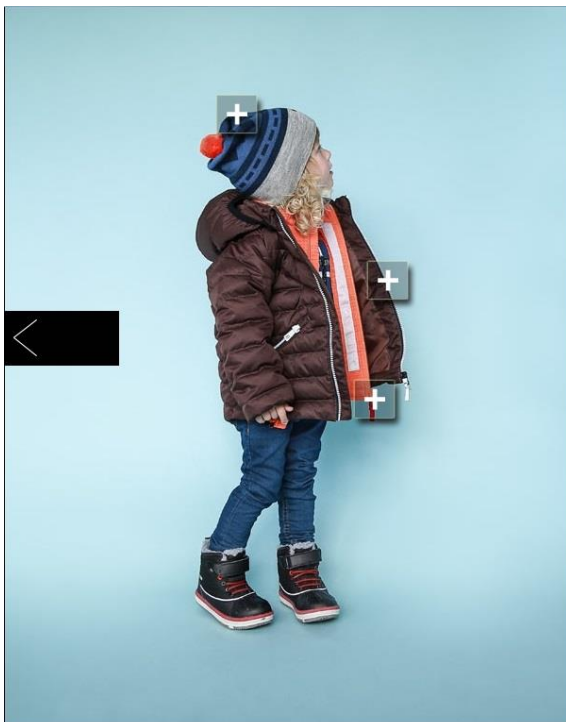
ЛУЧШИЙ ДЕНЬ ДЛЯ АКТИВНОГО ОТДЫХА НА СВЕЖЕМ ВОЗДУХЕ – ЭТО КАЖДЫЙ ДЕНЬ.

На улице есть место для шумных игр, что позволяет детям свободно играть и учиться контролировать свое тело. Изучение новых игровых площадок стимулирует чувства, а дневной свет освежает ум. Влажный свежий воздух укрепляет дыхательные пути, повышая иммунитет к болезням.

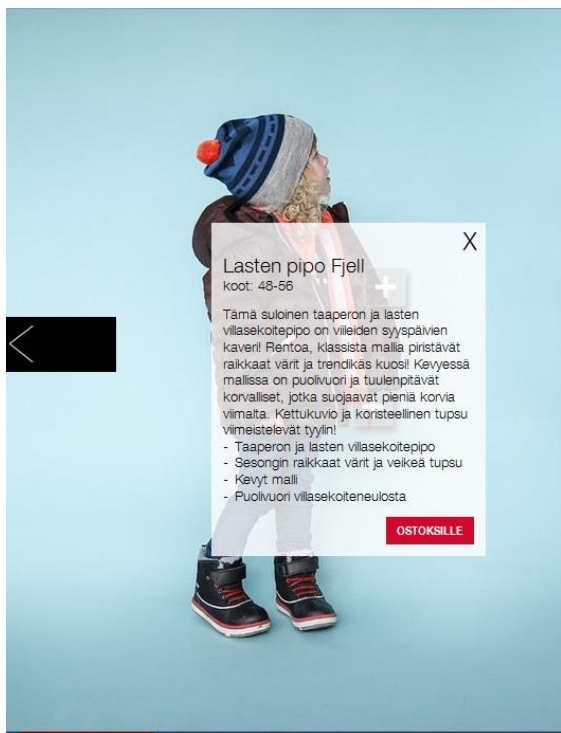
21/24



Reima®-asut ovat likaa hylkiviä ja helppohoitoisia eikä niissä ole haitallisia kemikaaleja. Säästät energiaa, vettä, pesuainetta ja aikaa - pyykkäät vähemmän ja ehdit ulkoilla enemmän!



Верхняя одежда Reima® выполнена из грязеотталкивающих и простых в уходе материалов, которые не содержат вредных химических добавок. Reima выступает за минимальное использование моющих средств, максимальное времяпрепровождение на улице и экономное расходование воды и энергии.



Lasten pipo Fjell

koot: 48-56

Tämä suloinen taaperon ja lasten villasekotepipo on vileden syyspäivien kaveri! Rentoa, klassista mallia pristävät raikkaat värit ja trendikäs kuosi! Kevyessä mallissa on puolivuori ja tuulenpitävät korvallsiet, jotka suojaavat pieniä korvia viimailta. Kettukuvia ja koristeelliset tupsu viimeistelevät tyylin!

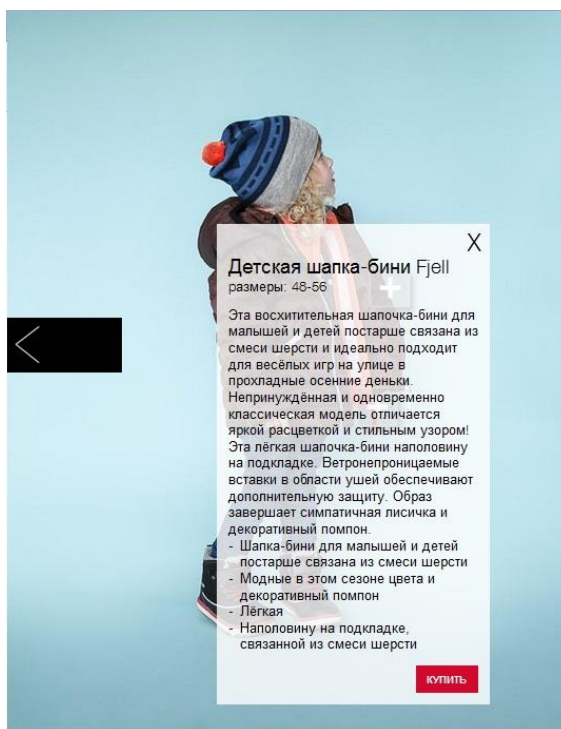
- Taaperon ja lasten villasekotepipo
- Sesongin raikkaat värit ja veikeä tupsu
- Kevyt malli
- Puolivuori villasekoteulosta

OSTOKSILLE



22/24

Reima®-asut ovat likaa hylkiviä ja helppohoitaisia eikä niissä ole haitallisia kemikaaleja. Säästät energiaa, vettä, pesuainetta ja aikaa - pyykkäät vähemmän ja ehdit ulkoilla enemmän!



Детская шапка-бини Fjell

размеры: 48-56

Эта восхитительная шапочка-бини для малышек и детей постарше связана из смеси шерсти и идеально подходит для весёлых игр на улице в прохладные осенние деньки.

Непринуждённая и одновременно классическая модель отличается яркой расцветкой и стильным узором! Эта лёгкая шапочка-бини наполовину на подкладке. Ветронепроницаемые вставки в области ушей обеспечивают дополнительную защиту. Образ завершает симпатичная лисичка и декоративный помпон.

- Шапка-бини для малышек и детей постарше связана из смеси шерсти
- Модные в этом сезоне цвета и декоративный помпон
- Лёгкая
- Наполовину на подкладке, связанной из смеси шерсти

КУПИТЬ



22/24

Верхняя одежда Reima® выполнена из грязеотталкивающих и простых в уходе материалов, которые не содержат вредных химических добавок. Reima выступает за минимальное использование моющих средств, максимальное времяпрепровождение на улице и экономное расходование воды и энергии.



Ластен untuvatakki Ovela
koot: 74-98

Taaperoiden suloisessa untuvatakissa on tyyliä ja väriä! Tuulienpitävästä ja hengittävästä materiaalista valmistettu untuvatakki hylki myös tehokkaasti likaa ja vettä. Joustavat kanttaukset nihansuissa toimivat resoreina ja helman säätömyöri lisää istuvuutta. Etuosan raglansaumossa heijastava tere loistaa pimeässä ja luo hauskan yksityiskohdan tyylikkääseen takkiin. Irrotettava huppu suojaa korvia vimalta, mutta on myös turvallinen leikkipuistossa leikkessä, sillä se irtotaa helposti, jos se jää johonkin kiinni. Trendikkäässä takissa on hieman istuvampi mitoitus ja hauskat epäsymmetriset tikkaukset, jotka elävöittävät yksivärisen takin ilmettä. Tämä takki on loistava valinta viikokoihin loppusyksyn päiviin kaupungille ja reippaille kävelyretkille.

- Taaperon untuvatakki
- Joustavat kanttaukset nihansuissa ja hupun reunassa
- Säädettävä helma
- Heijastava tere edessä
- Turvallinen, irrotettava huppu

OSTOKSILLE



Reima®-asut ovat likaa hylkiviä ja helppohoitoisia eikä niissä ole haitallisia kemikaaleja. Säästät energiaa, vettä, pesuainetta ja aikaa - pyykkäät vähemmän ja ehdit ulkoilla enemmän!



Пуховая куртка для малышей Ovela
размеры: 74-98

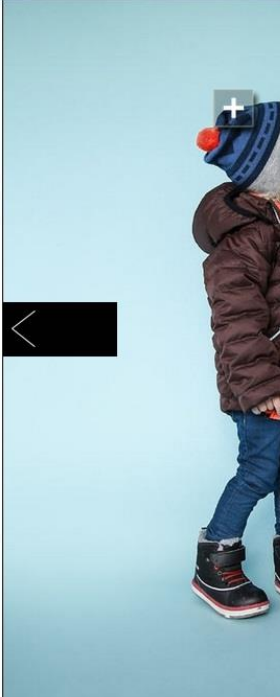
Этот милый пуховик для малышей привлекает своим стилем и цветом! Пуховик сделан из ветронепроницаемого и пропускающего воздух материала, который также отталкивает воду и грязь. Эластичный кант на рукавах заменяет манжеты, а благодаря регулируемому подолу пуховик будет плотно прилегать к фигуре. Ещё одна забавная деталь модного пуховика - светоотражающий кант впереди по регланному швам, который светится в темноте. Съёмный капюшон защищает маленькие ушки от холодного ветра и безопасен во время игр на улице. Если закреплённый кнопками капюшон зацепится за что-нибудь, он легко отстегнётся. Однотонный образ становится более интересным, благодаря весёлой асимметричной строчке и слегка прилегающему по фигуре силуэту. Этот пуховик великолепно подходит для холодной городской поздней осени.

- Пуховик для малышей
- Эластичный кант на манжетах рукавов и по краю капюшона
- Светоотражающий кант впереди
- Регулируемый подол на шнурке
- Безопасный съёмный капюшон

КУПИТЬ



Верхняя одежда Reima® выполнена из грязеотталкивающих и простых в уходе материалов, которые не содержат вредных химических добавок. Reima выступает за минимальное использование моющих средств, максимальное времяпрепровождение на улице и экономное расходование воды и энергии.



Lasten fleecetakki Loop
koot: 68-98

Pienten lasten fleecetakki on mainio vaihtoehtoiseksi kylmällä säällä, sillä se tuntuu ihanan pehmeältä ihoa vasten ja lämmittää tehokkaasti. Kevyt polar fleecestä valmistettu takki myös hengittää ja kuivuu nopeasti, joten se takaa mukavan olon päivän ulkoilutouhuissa. Jacquard-neulos tekee fleecestä hieman kevyemmän ja tuo yksivärisen mallin veikeän neuloskuosien pinnan sesongin tyyliin. Täyspitkä vetoketju helpottaa pukemista ja leukapehmuste suojaa kaulaa ja leukaa vetoketjun hankaukselta. Toiminnallisen fleecetakin saa näppärästi kiinni Reiman ulkoilusuihin, joissa on Play Layers® -neppariinnitys. Uutta Play Layers® -välikerroksissa tänä syksynä: vetoketjun vetimessä on kääntyvä lukko, jonka ansiosta vetoketju saa näppärästi avattua ja suljettua täysin tamineissa.

- Taaperon fleecetakki
- Lämmin, kevyt ja nopeasti kuivuva polar fleec
- Täyspitkä vetoketju, jossa leukapehmuste
- Jacquard-kuviointi
- Kinnittyy monin Reiman päälysvaatteisiin Play Layers® -neppareilla

OSTOKSILLE



Reima®-asut ovat likaa hylkiviä ja helppohoitoisia eikä niissä ole haitallisia kemikaaleja. Säästät energiaa, vettä, pesuainetta ja aikaa - pyykkäät vähemmän ja ehdit ulkoilla enemmän!



Флисовая куртка для малышей Loop
размеры: 68-98

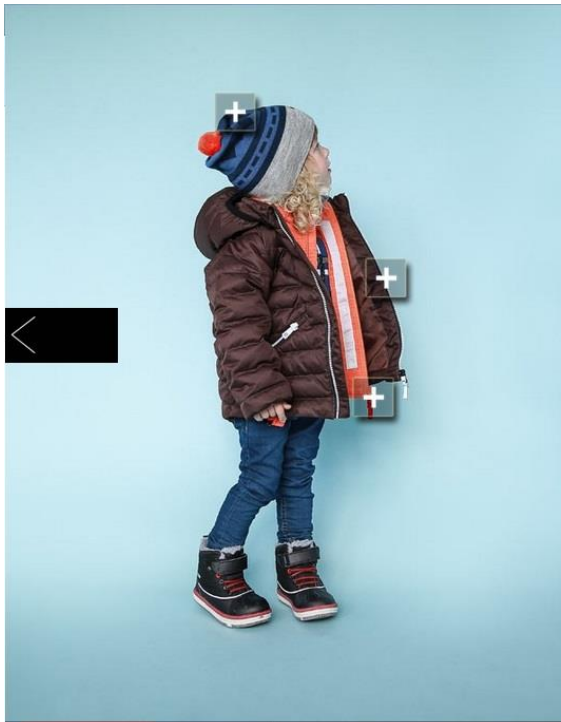
В холодную погоду эту кофту из флиса можно носить как промежуточный слой - она теплая и очень мягкая. Эта кофта из легкого флиса прекрасно проводит воздух и быстро сохнет. Ребёнку в ней будет очень удобно во время активной прогулки. Жаккардовый узор придает флису лёгкость и делает эту модель веселой. Молния по всей длине облегчает процесс одевания, а благодаря защите подбородка нежная кожа малыша не поцарапается. Эта функциональная флисовая куртка легко пристёгивается ко многим моделям верхней одежды от Reima® с помощью специальный кнопок по системе PlayLayers®. Осенняя новинка промежуточных слоёв Play Layers®: двусторонняя молния позволяет с лёгкостью застёгивать и расстёгивать одежду, на полностью одетом ребёнке.

- Кофта из флиса для малышей
- Теплый, лёгкий, быстро сохнущий флис
- Молния по всей длине с защитой для подбородка
- Жаккардовый узор по всей поверхности ткани
- Можно пристёгивать ко многим моделям с помощью кнопок для пристегивания промежуточного слоя к верхней одежде по системе PlayLayers®.

купить



Верхняя одежда Reima® выполнена из грязеотталкивающих и простых в уходе материалов, которые не содержат вредных химических добавок. Reima выступает за минимальное использование мощных средств, максимальное времяпрепровождение на улице и экономное расходование воды и энергии.



Lasten pipo Toppen

koot: 48-56

Tämä suloinen pienten lasten ja lasten talvihattu on pullolaan pakkasniemua ja hauskoja yksityiskohtia! Hattu on valmistettu pehmeästä, lämpimästä fleecestä ja sisäpuolen pehmeä pörövuori tuntuu miellyttävältä ihoa vasten. Tuulenpitävät korvalliset suojaavat pieniä korvia vimalta vauhoikkaisissa ulkoileissa. Heijastava tähtimerkki päällä lisää turvallisuuksi pimeän tullen. Tyylitkää, klassiset värit pristävät asukokonaisuutta ja niitä on helppo yhdistellä talven asuihin!

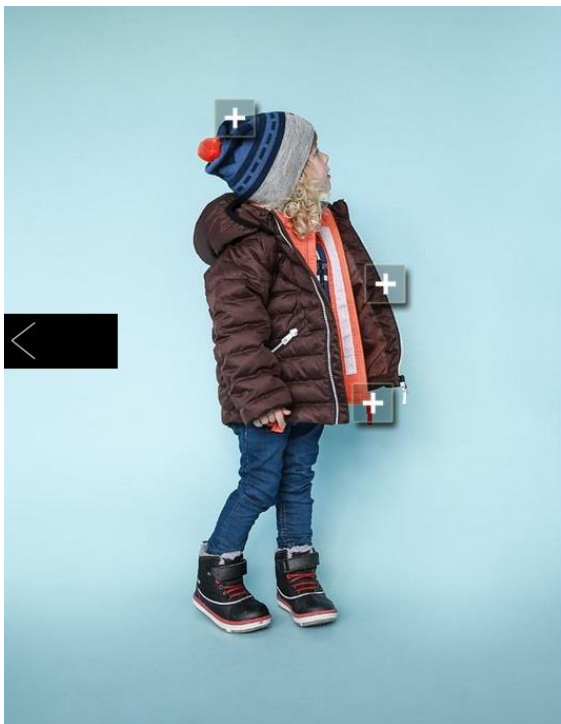
- Taaperon ja lasten talvihattu
- Kokovuori lämmin, pöröinen polyesterivuori
- Tuulenpitävät korvalliset
- Heijastava tahti päällä

OSTOKSILLE



22/24

Reima®-asut ovat likaa hylkiviä ja helppohoitoisia eikä niissä ole haitallisia kemikaaleja. Säästät energiaa, vettä, pesuainetta ja aikaa - pyykkäät vähemmän ja ehdit ulkoilla enemmän!



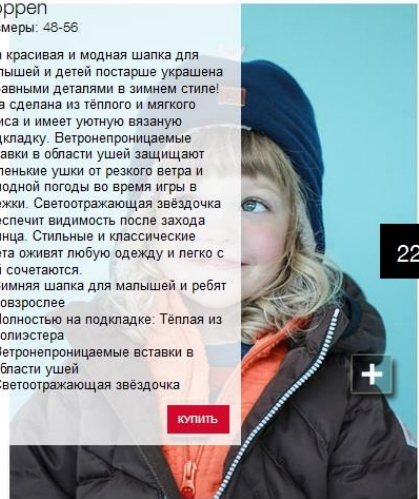
Детская шапка-бини Торпен

размеры: 48-56

Эта красивая и модная шапка для малышей и детей постарше украшена забавными деталями в зимнем стиле! Она сделана из тёплого и мягкого флиса и имеет уютную вязаную подкладку. Ветропроницаемые вставки в области ушей защищают маленькие ушки от резкого ветра и холодной погоды во время игры в снежки. Светоотражающая звёздочка обеспечит видимость после захода солнца. Стильные и классические цвета оживят любую одежду и легко с ней сочетаются.

- Зимняя шапка для малышей и ребят повзрослее
- Полностью на подкладке: Тёплая из полиэстера
- Ветропроницаемые вставки в области ушей
- Светоотражающая звёздочка

КУПИТЬ



22/24

Верхняя одежда Reima® выполнена из грязеотталкивающих и простых в уходе материалов, которые не содержат вредных химических добавок. Reima выступает за минимальное использование мощных средств, максимальное времяпрепровождение на улице и экономное расходование воды и энергии.

LUO OMA TYYLISI ASUSTEILLA



23/24 >

Irotettava tekoturkissomiste hupun reunassa viimeistelee talven untuvatyylin.

ДОПОЛНЯЙТЕ ОБРАЗЫ АКСЕССУАРАМИ



23/24 >

Завершающий штрих модного пуховика - съёмная отделка из искусственного меха на капюшоне.

LUO OMA TYYLISI ASUSTEILLA



Lasten pipo Pulkka
koot: 48-54

Tämä hauska, raikkaan värinen lasten talvipipo on suunniteltu talvisuoreille ja prinsessoille! Lämpimästä villasekoiteneuleesta valmistetussa pipossa on pehmeä ja lämmin porrovuori, joka tuntuu ihanaita ihoa vasten. Tuulenpitävät korvalliset suojaavat kylmältä viimalta, joten pikkuiset korvat pysyvät lämpiminä ulkoseikkailujen ajan. Suloinen tupsu ja palmikoidut nyöröt viimeistelevät tyylin!

- Taaperon ja lasten talvipipo
- Lämmin villasekoiteneulos
- Kokovuori: lämmin ja pehmeä porrovuori
- Tuulenpitävät korvalliset

OSTOKSILLE

23/24

Irrotettava tekoturkissomiste hupun reunassa viimeistelee talven untuvatyylin.

ДОПОЛНЯЙТЕ ОБРАЗЫ АКСЕССУАРАМИ



Шапка-бини для малышей Pulkka
размеры: 48-54

Эта забавная яркая шапочка-бини для малышей и детей постарше отлично подойдет для активных маленьких рыцарей и принцесс! Шапка связана из смеси теплой шерсти и имеет пушистую подкладку с начёсом, поэтому её приятно носить. Ветронепроницаемые вставки в области ушей защитят от холодного зимнего ветра, поэтому маленькие ушки не замёрзнут, когда ребенок будет играть на улице. Симпатичный помпон и объемный узор в виде кос завершают образ!

- Шапка-бини для малышей и детей постарше
- Связана из смеси теплой шерсти
- Полностью на подкладке: Мягкий, теплый полиэстер с начёсом
- Ветронепроницаемые вставки в области ушей

КУПИТЬ

23/24

Завершающий штрих модного пуховика - съёмная отделка из искусственного меха на капюшоне.

LUO OMA TYYLISI ASUSTEILLA

Lasten untuvatakki Veli

koot: 92-164

Tämä trendikas untuvatakki pitää lapsen lämpimänä pakkaskäeleillä! Pojille suunniteltu takki on valmistettu tuulenpitävästä ja hengittävästä materiaalista, jossa on iikaa ja vettä hylkivä pinta. Siinä polyesterivuori luistaa mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävältä lämpimien välkerrossasujen kanssa. Erittäin lämmintä takkia somistaa elegantit tikkaukset sekä etu- että takapuolella ja selkämyksessä on kiinteä kuminauhakristys, joka tuo mallin ryhtiä ja muotoa. Pidemmässä mallissa on hieman pussimainen helma ja kaksi vetoketjullista sivutaskua, jotka säilyvät pienet esineet ulkoihin ajan. Irrotettava huppu ei vain suojaa viimaita, mutta on myös turvallinen ukoleikeissä! Neppareilla irrotettava huppu irtaoo helposti, jos se jää johonkin kiinni. Irrotettava tekoturkissomiste hupunreunassa viimeistelee talven untuvatyylin!

- Lasten untuvatakki
- Turvallinen, irrotettava huppu, jossa irrotettava tekoturkissomiste
- Läpälliset sivutaskut
- Joustavat hihansuut

OSTOKSILLE

Irrotettava tekoturkissomiste hupun reunassa viimeistelee talven untuvatyylin.

ДОПОЛНЯЙТЕ ОБРАЗЫ АКСЕССУАРАМИ

Подростковая пуховая куртка Veli

размеры: 92-164

Этот модный пуховик согреет детей на прогулке в холодные зимние дни! Модель для мальчиков пошита из ветронепроницаемого дышащего материала, который отталкивает воду и грязь, чтобы обеспечить тепло и комфорт в морозные зимние дни. Куртка с подкладкой из гладкого полиэстера легко надевается и удобно носится с тёплым промежуточным слоем. Спереди и сзади эта тёплая куртка украшена элегантной вышивкой. Сзади на талии имеется фиксированная утяжка. У этой удлиненной модели прямого покроя имеются два боковых кармана с клапанами. Во время прогулки в них можно спрятать маленькие сокровища. Съёмный капюшон не только защищает от холодного ветра, но и безопасен! Если закреплённый кнопками капюшон зацепится за что-нибудь, он легко отстегнётся. Завершающий штрих модного пуховика - съёмная отделка из искусственного меха на капюшоне.

- Пуховик для мальчиков-подростков
- Безопасный съёмный капюшон с отстёгивающейся отделкой из искусственного меха
- Боковые карманы с клапанами
- Эластичные манжеты

КУПИТЬ

Завершающий штрих модного пуховика - съёмная отделка из искусственного меха на капюшоне.

LUO OMA TYYLISI ASUSTEILLA




Lasten lapaset Stig
koot: 1-7

Hyvät lapaset ovat tärkeitä! Suosittelemme vähintään kolmea paria: yksiväriset moneen menoon, hauskat moniväriset vaihtelun ja yhden varmuuden vuoksi. Nämä pienten lasten ja lasten lapaset on valmistettu erittäin joustavasta villasekoteneuleesta joka tuntuu miellyttävältä ja lämpimältä aikuisikään ukosekkailuissa. Lapaset sopivat myös mainiosti vedenpitävän rukkasten alle lämmittämään ilman viiletessä.

- Taaperon ja lasten lapaset
- Uskomattoman joustava villasekoteneulos
- Vainoiteina klassiset yksiväriset tai reppaat moniväriset

OSTOKSILLE

23/24

Irrotettava tekoturkissomiste hupun reunassa viimeistelee talven untuvatyylin.

ДОПОЛНЯЙТЕ ОБРАЗЫ АКСЕССУАРАМИ




Детские варежки Stig
размеры: 1-7

Варежек слишком много не бывает! Эти перчатки для малышей и детей сделаны из упругой шерстяной вязкой смеси, которая дарит ощущение комфорта ранней осенью. Эти перчатки идеально подходят для носки под водонепроницаемыми рукавицами и перчатками. Перчатки с высоким качеством вязки, которые можно стирать в машине. Мы рекомендуем приобрести хотя бы три пары: одну одноцветную пару для универсального использования, одну красочную пару для смены, и еще одну дополнительную пару перчаток на случай, если одна пара потеряется.

- Вязанные перчатки для малышей и детей
- Эластичная "волшебная" растягивающаяся шерстяная вязка
- Две модели: классическая одноцветная или забавная разноцветная

КУПИТЬ

23/24

Завершающий штрих модного пуховика - съёмная отделка из искусственного меха на капюшоне.

LUO OMA TYYLISI ASUSTEILLA

Lasten Reimatec®-talvikengät Frisk

koot: 24-38

Uutta! Supersuojustusta Wetteristä on nyt saatavilla talviversio lämpimällä vuorilla! Nämä lasten täysin vedenpitävät kengät on suunniteltu loppusyksyn ja alkutalven ensimmäisille pikkupakkasille. Tyylikkään mallin vettäkiiva päällinen on valmistettu kestävästä mikrokuidusta sekä tekstiilistä. Saumoistaan vedenpitävä saumasinetöity vuori on lämmintä villasekotetta. Irrotettavissa huopapohjallisissa on tuttu Happy Fit -kuviointi, jonka avulla on helppo valita oikea koko ja mitata lapsen kasvavaa jalkaa. Nämä talvitennarit on myös helppo pukea, sillä nauhoja ei tarvitse ensimmäisen kerran jälkeänsä solmia - veryleneauhat ja tarrakinnitys pitävät huolen, että kenkiin saa parhaan mahdollisen istuvuuden ja pienempiin lapsi pystyy ne itse pukemaan esimerkiksi tarhassa. Malli soveltuu erityisesti kapeaan ja normaalempaan jalkaan, sillä paksu vuori vie enemmän tilaa kengän sisällä vaikka lestitään Wetterin kanssa ovatkin muuten samanlaiset. Suosittelemme myös jättämään kenkään hieman tilaa, sillä ilma toimii eristäjänä kylmältä säältä. Ulkopohja on valmistettu termoplastisesta kumista, joka takaa hyvän tunteen erilaisiin ja jäiseenkin maastoon. Kengän sisämitan pituuden voi kätevästi tarkistaa ulkopohjan kuvioinnista. Heijastavat yksityiskohdat lisäävät turvallisuutta pimeän tullen.

- Uutta - lasten vedenpitävä Reimatec®-talvitennari
- Talviversio suojustusta "Wetter" -mallista
- Joustavat nyörät ja tarrakinnitys
- Vettäkiivä tekstiilimikrokuitupäällinen
- Saumasinetöity villasekottevuori
- Irrotettavat pohjalliset, joissa Happy Fit -painatus auttaa oikean koon valintaan
- Reiman termoplastisesta kumista valmistettu ulkopohja takaa hyvän tunteen maastoon
- Ulkopohjan korostettu merkintä auttaa mittaamaan lapsen kasvavaa jalkaa helposti
- Turvalliset, heijastavat yksityiskohdat

X

Irrotettava tekoturkissomiste hupun reunassa viimeistelee talven untuvatyylin.

OSTOKSILLE

23/24

ДОПОЛНЯЙТЕ ОБРАЗЫ АКСЕССУАРАМИ

Детские зимние ботинки Reimatec® Frisk

размеры: 24-38

Новинка! Зимний вариант супер-популярных кроссовок Wetter теперь доступен с подкладкой из смеси теплой шерсти! Эти детские водонепроницаемые кроссовки подойдут для свежих дней поздней осени и первых морозных дней зимы. Стильная модель с верхом из микрофибры и текстиля, который эффективно отталкивает воду. Водонепроницаемая подкладка из смеси шерсти с герметизированными швами согреет маленькие ножки в холодную погоду. Фетровые стельки вынимаются, на стельках удобный рисунок Happy Fit, который помогает правильно определить размер и измерить быстро растущую кожу ребенка. Зимние кроссовки легко надеваются благодаря удобным эластичным шнуркам и ремешкам на "липучках", которые обеспечивают хорошую посадку по ноге. Даже малыши могут сами обуваться для прогулки, например, в детском саду. Несмотря на то, что колодка такая же как в Wetter, модель подойдет для детей с нормальной и худенькой ножкой, поскольку теплая подкладка занимает некоторый объем. Рекомендуется оставлять в обуви свободное пространство для воздуха, поскольку воздух сохраняет тепло в холодную погоду. Подошва изготовлена из термопластичного каучука, который гарантирует хорошее сцепление с поверхностью и не скользит даже на льду. Светоотражающие детали создают дополнительную безопасность после захода солнца.

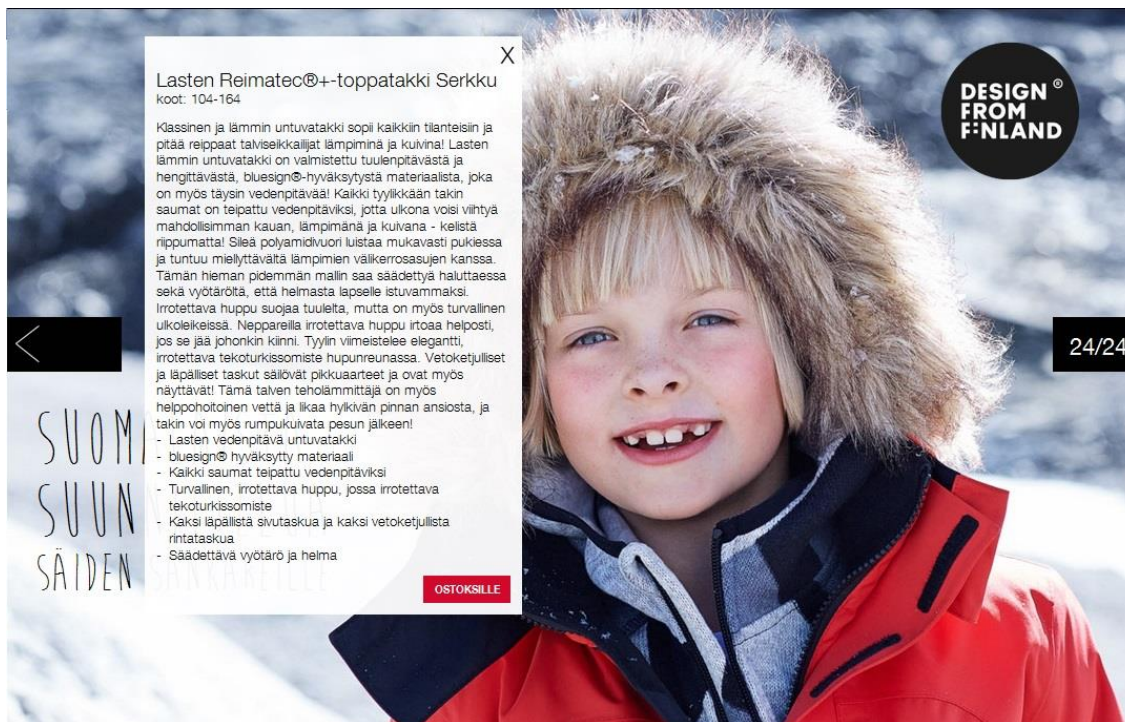
- НОВИНКА - зимние детские водонепроницаемые кроссовки от Reimatec®
- Зимний вариант популярной модели "Wetter"
- Эластичные шнурки и ремешки на "липучках"
- Водонепроницаемый верх из текстиля/микрофибры
- Подкладка из смеси шерсти с герметизированными швами
- Стельки вынимаются, рисунок Happy Fit помогает правильно определить размер ноги
- Подошва от Reima из термопластичного каучука, не скользит
- Выделенная линия подошвы помогает легко определить размер быстро растущей ножки
- Светоотражающие детали для безопасности

Завершающий штрих модного пуховика - съемная отделка из искусственного меха на капюшоне.

КУПИТЬ

23/24





Lasten Reimatec®+-toppatakki Serkku
koot: 104-164


Klassinen ja lämmin untuvatakki sopii kaikkiin tilanteisiin ja pitää reippaat talviseikkailijat lämpiminä ja kuivina! Lasten lämmin untuvatakki on valmistettu tuulenpitävästä ja hengittävästä, bluesign®-hyväksytyistä materiaaleista, jotka on myös täysin vedenpitäviä! Kaikki tyhjiikkaan takin saumat on teipattu vedenpitäviksi, jotta ulkona voisi viihtyä mahdollisimman kauan, lämpimänä ja kuivana - kelistä riippumatta! Sileä polyamidivuori luistaa mukavasti pukiessa ja tuntuu miellyttävältä lämpimien välikerrososujen kanssa. Tämän hieman pidemmän mallin saa saadettua haluttaessa sekä vyötäröitä, että helmasta lapselle istuvammaksi. Irrotettava huppu suojaa tuulelta, mutta on myös turvallinen ulkoilemisessa. Neppareilla irrotettava huppu irtaana helposti, jos se jää johonkin kiinni. Tyylin viimeistelee elegantti, irrotettava tekoturkissomiste hupunreunassa. Vetoketjulliset ja lapalliset taskut säilyvät pikkuaatteet ja ovat myös näyttävät! Tämä talven tehollisimmalla on myös helppohoitoinen vettä ja likaa hylkivän pinnan ansiosta, ja takin voi myös rumpukuivata pesun jälkeen!

- Lasten vedenpitävä untuvatakki
- bluesign® hyväksytty materiaali
- Kaikki saumat teipattu vedenpitäviksi
- Turvallinen, irrotettava huppu, jossa irrotettava tekoturkissomiste
- Kaksi lapallista sivutaskua ja kaksi vetoketjullista rintataskua
- Saadettava vyötärö ja helma

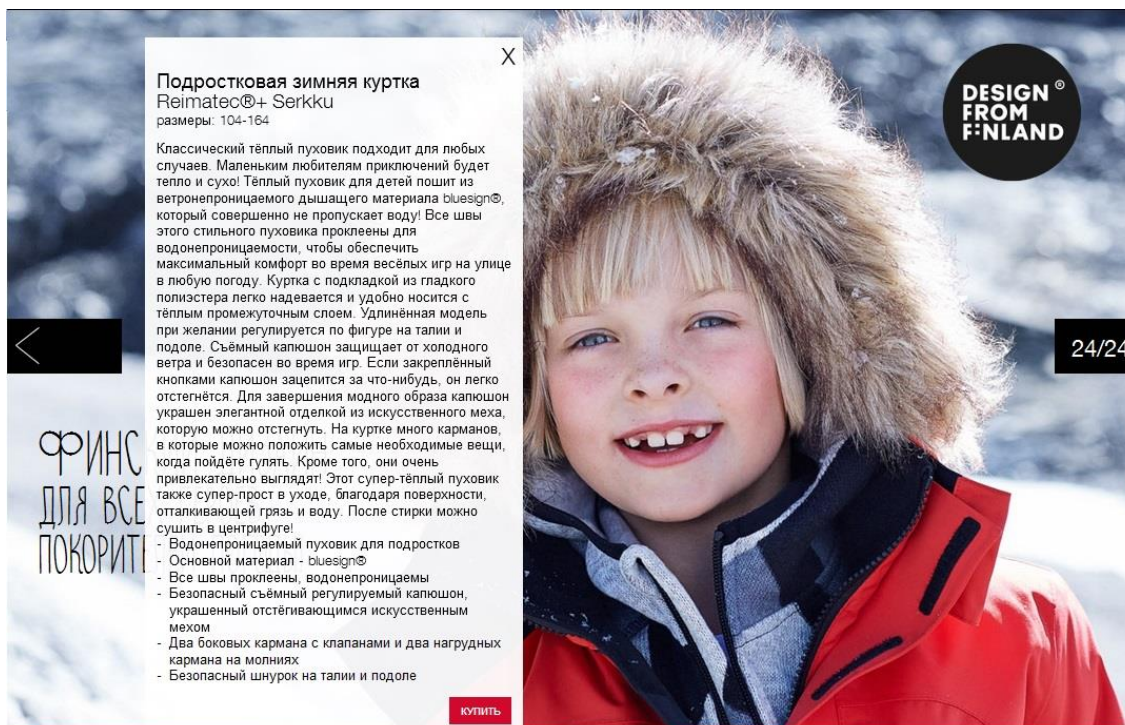
OSTOKSILLE

DESIGN FROM FINLAND

24/24



SUOMI
SUUN
SÄIDEN



Подростковая зимняя куртка Reimatec®+ Serkku
размеры: 104-164


Классический тёплый пуховик подходит для любых случаев. Маленьким любителям приключений будет тепло и сухо! Тёплый пуховик для детей пошит из ветронепроницаемого дышащего материала bluesign®, который совершенно не пропускает воду! Все швы этого стильного пуховика проклеены для водонепроницаемости, чтобы обеспечить максимальный комфорт во время весёлых игр на улице в любую погоду. Куртка с подкладкой из гладкого полиэстера легко надевается и удобно носится с тёплым промежуточным слоем. Удлиненная модель при желании регулируется по фигуре на талии и подоле. Съёмный капюшон защищает от холодного ветра и безопасен во время игр. Если закреплённый кнопками капюшон зацепится за что-нибудь, он легко отстегнётся. Для завершения модного образа капюшон украшен элегантной отделкой из искусственного меха, которую можно отстегнуть. На куртке много карманов, в которые можно положить самые необходимые вещи, когда пойдёте гулять. Кроме того, они очень привлекательно выглядят! Этот супер-тёплый пуховик также супер-прост в уходе, благодаря поверхности, отталкивающей грязь и воду. После стирки можно сушить в центрифуге!

- Водонепроницаемый пуховик для подростков
- Основной материал - bluesign®
- Все швы проклеены, водонепроницаемы
- Безопасный съёмный регулируемый капюшон, украшенный отстёгивающимся искусственным мехом
- Два боковых кармана с клапанами и два нагрудных кармана на молниях
- Безопасный шнурок на талии и подоле

КУПИТЬ

DESIGN FROM FINLAND

24/24



ФИНС
ДЛЯ ВСЕ
ПОКОРИТ