

# Makozin

---

*A humanist typeface with a stylish appearance.*

**THE  
NORTHERN  
BLOCK**

introduction	<i>zero</i>	<b>0</b>
light	<i>one</i>	<b>1</b>
regular	<i>two</i>	<b>2</b>
medium	<i>three</i>	<b>3</b>
bold	<i>four</i>	<b>4</b>
heavy	<i>five</i>	<b>5</b>
opentype	<i>six</i>	<b>6</b>
colophon	<i>seven</i>	<b>7</b>

# Intro,

# ***Introduction***

HEAVY ITALIC 22pt

Makozin is a humanist typeface with a stylish appearance. Designed with a more fluid approach, makozin has more movement and curvature within stems, an angled stress and visible modulation. Together these features give a strong presence of the hand providing a comfortable read.

REGULAR 11pt

Makozin's aesthetic dimensions both serve and enhance the design, making it the perfect tool for communicating in magazines; both in their print and online form, with attention grabbing headlines and easy to read body copy that follows. The true italics of this typeface are a real show stealer, they instantly create a sense of atmosphere, style and authority, complementing the uprights perfectly.

*Makozin is a type family of ten weights including true italics. It supports central and western European languages, with a range of OpenType features and manually edited kerning.*

THIN 10pt

***Makozin***

Light

Regular

Medium

**Bold**

**Heavy**

BOLD 220pt

*Light Italic*

*Regular Italic*

*Medium Italic*

***Bold Italic***

***Heavy Italic***

# INTELLEO PROPERTY

EXTRABOLD 90/96pt

LIGHT 12/17pt

MEDIUM 45pt

MAKOZIN™



# ACTUAL<sup>TM</sup> TY LAW.

An unregistered or common law trademark is an enforceable mark created by a business or individual to signify or distinguish a product or service. A common law or unregistered trademark is legally different from a registered trademark granted by statute. As with statutory trademarks, a common law trademark utilizes graphics, images, words or symbols, or a combination of such, to signify the distinctiveness or source of a product or service. Although not required by law to receive trademark protection, an unregistered trademark owner can append the mark with the letters "TM" (visualized by the symbol <sup>TM</sup>). A trademark serves as notice to the public that the words or symbols are an unregistered trademark. In contrast, trademarks granted by the United States Patent and Trademark Office (USPTO) may have the ® symbol next to the trademark. The USPTO prohibits a common law, unregistered trademark owner using the ® in the trademark.

*The  
independently  
made, keep it on  
your bookshelf  
afterwards type  
of mag!*

# Magazines make the perfect canvas for typography!

## **NOTES FROM THE EDITOR:**

### LIGHT 7/10pt

At first glance, magazines may seem innocuous enough. Passing by them in the grocery store, they may seem like little more than an afterthought; a simple distraction from the noise of everyday life. However, the fact remains that they have a far-reaching impact on society, for better or worse.

### MEDIUM 7/10pt

Perhaps one of the most common effects that magazines have is their impact on how people view their bodies. According to the eating disorder website Something Fishy, the average female model in advertisements weighs 25% less than the average woman.

### HEAVY 7/10pt

**Advertising in magazines has an effect on what people buy. According to a 2009 study by McPheters & Company, Conde Nast and CBS Vision, in 30 minutes' time, you take in six times more the amount of advertising impact with a magazine than you would if you were online.**

*[ peopleof.oureverydaylife.com ]*

### LIGHT ITALIC 7/10pt

*At first glance, magazines may seem innocuous enough. Passing by them in the grocery store, they may seem like little more than an afterthought; a simple distraction from the noise of everyday life. However, the fact remains that they have a far-reaching impact on society, for better or worse.*

### MEDIUM ITALIC 7/10pt

*Perhaps one of the most common effects that magazines have is their impact on how people view their bodies. According to the eating disorder website Something Fishy, the average female model in advertisements weighs 25% less than the average woman.*

### HEAVY ITALIC 7/10pt

***Advertising in magazines has an effect on what people buy. According to a 2009 study by McPheters & Company, Conde Nast and CBS Vision, in 30 minutes' time, you take in six times more the amount of advertising impact with a magazine than you would if you were online.***

HEAVY  
ITALIC

12pt

14pt

18pt

24pt

30pt

36pt

48pt

60pt

72pt

83pt

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

*edition*

## LIGHT 10/15pt

Een beeldmerk of logo is een grafische uiting die met een bedrijfs- of productnaam geassocieerd wordt. Een beeldmerk kan bestaan uit een woordmerk, een kleine afbeelding, lettermerk, monogram, embleem, zegel, mascotte dat symbool staat voor een woord of combinatie van woorden of uit een combinatie van een aantal van deze dingen. Een beeldmerk is een beeld dat overeenkomt met het merk. Zo is bijvoorbeeld het beeldmerk van Puma ook daadwerkelijk een poema. Voorbeeld van een woordmerk zijn de logo's van Esprit, HEMA en

## MEDIUM 10/15pt

El derecho de autor es un conjunto de normas jurídicas y principios que afirman los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores (los derechos de autor), por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística, musical, científica o didáctica, esté publicada o inédita. La legislación sobre derechos de autor en Occidente se inicia en 1710 con el Estatuto de la Reina Ana. Se reconoce que los derechos de autor son uno de los derechos humanos fundamentales en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. *Inquam, cum mollore sedit quis*

## REGULAR ITALIC 10/15pt

Agência de publicidade, também conhecida por agência de propaganda, é uma empresa responsável pela criação, planejamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias. Uma agência de propaganda gerencia todos os processos relacionados à propaganda. A Agência é responsável por assessorar o anunciante em suas necessidades de propaganda, executando trabalhos para a sua realização, coordenando o trabalho dos fornecedores e produtoras, e intermediando as relações entre o cliente e o veículo de comunicação.

## BOLD 10/15pt

**L'image de marque est la représentation perçue par le public d'une personnalité, d'une entreprise, d'une organisation, d'une institution, de leurs produits et de leurs marques commerciales (notion juridique). L'image de marque est produite par la combinaison d'un ensemble de représentations résultant des relations entre deux ou de multiples entités, chacune pouvant simultanément ou alternativement être amenée à percevoir l'autre ou à vouloir l'influencer. Les représentations véhiculées ou associées à l'image de marque sont essentielle-**

# Importance Of Graphic Design *{Identification and Branding}*

**3:** Incredibly powerful network  
*RENEWED (BRAND)* proposition

**Dataset: 168%** growth in *value*  
*A clear & memorable identity*

Purely graphic *(symbols/icons)*  
facilitate cross language **TEXT**

You should look very *carefully*  
*Stories behind the best logos*

A **new** name, symbol or design  
as with statutory trademarks

**Branding is key** to brand value  
distinct text-only *typography*

# MARKETS

FTSE 100	6718.5	+22.2
FTSE 250	17655.8	-21.6
FTSE All Share	3662.1	+9.3
FTSE Eurofirst300	1574.4	+2.1
Dow Jones *	17303.5	-386.4
S&P 500 *	2071.6	-32.2
Nasdaq *	5021.2	-107.0
DAX	11490.8	+181.8
CAC 40	5154.8	+72.1
Hang Seng	24552.5	-83.8
Nikkei	20724.6	+139.3

€/£	<b>€1.4128</b> <b>(-0.95¢)</b>
\$/£	<b>\$1.5491</b> <b>(-0.95¢)</b>
GOLD	<b>\$1093.5</b> <b>(-\$4.90)</b>

# FTSE 100 UP 22.2

*A multi-touch<sup>1</sup> trackpad for precise cursor control; supports inertial scrolling<sup>2</sup>, pinch and expand<sup>3</sup>, swipe, three-finger swipe<sup>4</sup>, four-finger swipe<sup>5</sup>, tap, double-tap<sup>6</sup>, rotate, screen zoom<sup>7</sup>, scroll, click and drag, click drag and lock<sup>8</sup>, secondary click A and B<sup>9</sup>.*

3 5 4 6 7 8 9 0 2 1  
4 1 0 5 2 6 7 3 8 9  
8 0 9 1 2 3 5 7 6 4  
**5 1 8 2 7 6 4 9 3 0**  
**0 3 2 1 8 4 9 5 7 6**  
**6 1 9 0 5 8 7 2 4 3**  
**1 2 4 8 3 7 9 0 6 5**  
**8 5 9 2 1 7 3 4 6 0**  
5 1 7 6 4 2 8 0 9 3  
4 2 9 0 3 5 7 6 8 1  
7 2 3 1 9 4 6 5 0 8  
9 3 7 5 6 4 0 8 1 2  
6 1 3 8 9 7 2 4 0 5  
**8 9 0 1 5 7 3 6 2 4**

# O<sub>7</sub>H<sub>5</sub>N<sub>3</sub>Y<sub>6</sub>



SUNRISE

**05:37**

---

SUNSET

**20:33**

---

TODAY'S HIGH

TODAY'S LOW

**24° 8°**

---

MOON PHASE

**1/2 MOON**

---

**09:05** *DEPARTED*  
**09:30** *GATE CLOSED*  
**09:45** *GATE CLOSING*  
**09:50** *GATE CLOSING*  
**09:55** *GATE OPEN*  
**10:05** *GATE OPEN*  
**10:08** *BOARDING*  
**10:20** *BOARDING*  
**10:30** *BOARDING*  
**11:20** *DUE 11:44*  
**12:06** *ON TIME*  
**12:45** *ON TIME*  
**13:05** *ON TIME*  
**13:30** *ON TIME*

## *Today's Global Weather*

Abu Dhabi **44°C**

Amsterdam **23°C**

Bangkok **33°C**

Barcelona **27°C**

Beijing **31°C**

Berlin **26°C**

Chicago **26°C**

Dubai **43°C**

Geneva **20°C**

Los Angeles **23°C**

New York **26°C**

Newcastle **18°C**

Paris **22°C**

Prague **27°C**

Stockholm **23°C**

Sydney **15°C**

Vancouver **20°C**

Warsaw **33°C**

Light  
*Light Italic*

fashion show

*humanist typeface* with a stylish appearance

*MODULATION*

ATTENTION GRABBING HEADLINES

MAGAZINE

*glossy covered magazines*

MEDIA CONSUMPTION

*stylish – endless stream of content*

advertising

## LIGHT 10/15pt, ITALIAN

Il marchio, in diritto, indica un qualunque segno suscettibile di essere rappresentato graficamente, in particolare parole (COMPRESI I NOMI DI PERSONE), disegni, lettere, cifre, suoni, forma di un prodotto o della confezione di esso, combinazioni o tonalità cromatiche, purché sia idoneo a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli delle altre. In Italia esso è disciplinato dagli articoli da 7 a 28 del Codice della proprietà industriale (decreto legislativo n. 30 del 10 febbraio 2005). Si distingue il marchio di fatto dal marchio registrato che, in virtù del processo di registrazione dinanzi all'Ufficio italiano brevetti e marchi (UIBM), gode di una protezione rafforzata in quanto ha data certa, mentre il marchio di fatto deve dimostrare sia la notorietà che il preuso esteso. La registrazione dura dieci anni a partire dalla data di deposito della domanda, salvo il caso di rinuncia del titolare, e alla scadenza può essere rinnovata ogni volta per ulteriori dieci anni. Le fonti di diritto che regolano la disciplina del marchio di impresa sono le seguenti. Codice civile, artt. 2569 - 2574. Codice della proprietà

## LIGHT ITALIC 10/15pt, ITALIAN

*Il marchio, in diritto, indica un qualunque segno suscettibile di essere rappresentato graficamente, in particolare parole (COMPRESI I NOMI DI PERSONE), disegni, lettere, cifre, suoni, forma di un prodotto o della confezione di esso, combinazioni o tonalità cromatiche, purché sia idoneo a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli delle altre. In Italia esso è disciplinato dagli articoli da 7 a 28 del Codice della proprietà industriale (decreto legislativo n. 30 del 10 febbraio 2005). Si distingue il marchio di fatto dal marchio registrato che, in virtù del processo di registrazione dinanzi all'Ufficio italiano brevetti e marchi (UIBM), gode di una protezione rafforzata in quanto ha data certa, mentre il marchio di fatto deve dimostrare sia la notorietà che il preuso esteso. La registrazione dura dieci anni a partire dalla data di deposito della domanda, salvo il caso di rinuncia del titolare, e alla scadenza può essere rinnovata ogni volta per ulteriori dieci anni. Le fonti di diritto che regolano la disciplina del marchio di impresa sono le seguenti. Codice civile, artt. 2569 - 2574. Codice della proprietà industriale (D.Lgs. 10 febbraio 2005, n. 30 e successive modifiche), artt. 7 - 28.*

MAKOZIN

LIGHT

26pt

(ITALIAN)

LIGHT ITALIC

Il marchio, in diritto, indica qualunque segno suscettivo di essere rappresentato graficamente, in particolare parole (COMUNICAZIONI DI PERSONE), disegni, cifre, suoni, forma di un prodotto, della confezione di esso, colori o tonalità cromatiche, purché idonei a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli delle altre imprese. In Italia esso è disciplinato dagli artt. da 7 a 28 del Codice della Proprietà Industriale (decreto legislativo n. 30 del 10 febbraio 2005). Si applicano le disposizioni del

Regular  
*Regular Italic*

fashion show

*humanist typeface* with a stylish appearance

***MODULATION***

ATTENTION GRABBING HEADLINES

**MAGAZINE**

*glossy covered magazines*

MEDIA CONSUMPTION

*stylish – endless stream of content*

advertising

Een beeldmerk of logo is een grafische uiting die met een bedrijfs- of productnaam geassocieerd wordt. Een beeldmerk kan bestaan uit een woordmerk, een kleine afbeelding, lettermerk, monogram, embleem, zegel, mascotte dat symbool staat voor een woord of combinatie van woorden of uit een combinatie van een aantal van deze dingen. Een beeldmerk is een beeld dat overeenkomt met het merk. Zo is bijvoorbeeld het beeldmerk van Puma ook daadwerkelijk een poema. Voorbeeld van een woordmerk zijn de logo's van Esprit, HEMA en Honig. Twee voorbeelden van een beeldmerk/vignet zijn het logo van de NS en van de NMBS. Een voorbeeld van een lettermerk zijn de logo's van Peek & Cloppenburg, de Friesland Bank en de NOS. Een voorbeeld van een monogram (ineengevlochten letters) zijn de logo's van Albert Heijn en de V&D. Een voorbeeld van een embleem

*Een beeldmerk of logo is een grafische uiting die met een bedrijfs- of productnaam geassocieerd wordt. Een beeldmerk kan bestaan uit een woordmerk, een kleine afbeelding, lettermerk, monogram, embleem, zegel, mascotte dat symbool staat voor een woord of combinatie van woorden of uit een combinatie van een aantal van deze dingen. Een beeldmerk is een beeld dat overeenkomt met het merk. Zo is bijvoorbeeld het beeldmerk van Puma ook daadwerkelijk een poema. Voorbeeld van een woordmerk zijn de logo's van Esprit, HEMA en Honig. Twee voorbeelden van een beeldmerk/vignet zijn het logo van de NS en van de NMBS. Een voorbeeld van een lettermerk zijn de logo's van Peek & Cloppenburg, de Friesland Bank en de NOS. Een voorbeeld van een monogram (ineengevlochten letters) zijn de logo's van Albert Heijn en de V&D. Een voorbeeld van een embleem zijn de logo's van veel voetbalclubs, Philips en Alfa Romeo. Een voorbeeld*



MAKOZIN

REGULAR

26pt

(DUTCH)

Een beeldmerk of logo is  
grafische uiting die met  
of productnaam geassocieerd

EEN BEELDMERK KAN B

UIT EEN WOORDMERK,

afbeelding, lettermerk, m

embleem, zegel, mascotte

*staat voor een woord of co*

*woorden of uit een combin*

*aantal van deze dingen. Een*

*is een beeld dat overeenko*

*merk. Zo is bijvoorbeeld he*

*van Puma ook daadwerke*

REGULAR ITALIC

Medium

*Medium Italic*

# fashion show

*humanist typeface* with a stylish appearance

## ***MODULATION***

ATTENTION GRABBING HEADLINES

## **MAGAZINE**

*glossy covered magazines*

MEDIA CONSUMPTION

*stylish – endless stream of content*

# advertising

MEDIUM 11/16pt, SPANISH

El derecho de autor es un conjunto de normas jurídicas y principios que afirman los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores (los derechos de autor), por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística, musical, científica o didáctica, esté publicada o inédita. La legislación sobre derechos de autor en Occidente se inicia en 1710 con el Estatuto de la Reina Ana. Se reconoce que los derechos de autor son uno de los derechos humanos fundamentales en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.<sup>1</sup> En el derecho anglosajón se utiliza la noción de copyright (traducido literalmente como ‘derecho de copia’) que –por lo general– comprende la parte patrimonial de los derechos de autor (DERECHOS PATRIMONIALES). Una obra pasa al dominio público cuando los derechos patrimoniales han expirado. Esto sucede habitualmente trascurrido un plazo desde

MEDIUM ITALIC 11/16pt, SPANISH

*El derecho de autor es un conjunto de normas jurídicas y principios que afirman los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores (los derechos de autor), por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística, musical, científica o didáctica, esté publicada o inédita. La legislación sobre derechos de autor en Occidente se inicia en 1710 con el Estatuto de la Reina Ana. Se reconoce que los derechos de autor son uno de los derechos humanos fundamentales en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.<sup>1</sup> En el derecho anglosajón se utiliza la noción de copyright (traducido literalmente como ‘derecho de copia’) que –por lo general– comprende la parte patrimonial de los derechos de autor (DERECHOS PATRIMONIALES). Una obra pasa al dominio público cuando los derechos patrimoniales han expirado. Esto sucede habitualmente trascurrido un plazo desde la muerte del autor*

MAKOZIN

MEDIUM

26pt

(SPANISH)

El derecho de autor es un conjunto de normas jurídicas y principios que afirman los derechos morales y patrimoniales que la ley otorga a los autores (LOS DERECHOS DE AUTOR), por el solo hecho de la creación de una obra literaria, artística, musical, científica, didáctica, esté publicada o no. La legislación sobre derechos de autor en Occidente se inicia en el Estatuto de la Reina Ana, de 1709, que los derechos de autor

MEDIUM ITALIC

**Bold**  
*Bold Italic*

# fashion show

*humanist typeface* with a stylish appearance

## ***MODULATION***

ATTENTION GRABBING HEADLINES

## **MAGAZINE**

*glossy covered magazines*

MEDIA CONSUMPTION

*stylish – endless stream of content*

# advertising

**Budowanie świadomości marki (ANG. BRANDING) technika marketingowa polegająca na kreowaniu i utrwalaniu w umysłach konsumentów faktu istnienia oraz pozytywnego wizerunku konkretnej marki. Aby sprzedać skutecznie swoje produkty czy usługi przekaz reklamowy musi być spójny oraz skierowany do konkretnej grupy docelowej. Przekaz taki jest częścią procesu zwanego brandingiem. Branding, czyli budowanie świadomości marki polega na kreowaniu i utrzymaniu pozytywnego wizerunku konkretnej marki w umysłach konsumentów. Marka jest koncepcją, którą klienci kojarzą z oferowanymi przez firmę produktami czy usługami. Jest ona ściśle związana z reputacją. Aby marka była kojarzoną z dobrą jakością musi mieć dobrą reputację i wierną grupę stałych klientów. Najczęściej stosowane metody budowania świadomości marki to dobór odpowiedniej nazwy marki, logo, hasła reklamowego, adresu strony internetowej, ogólnego wzoru wyglądu oraz przekazu materiałów reklamowych. Wszystkie te sposoby muszą**

*Budowanie świadomości marki (ANG. BRANDING) – technika marketingowa polegająca na kreowaniu i utrwalaniu w umysłach konsumentów faktu istnienia oraz pozytywnego wizerunku konkretnej marki. Aby sprzedać skutecznie swoje produkty czy usługi przekaz reklamowy musi być spójny oraz skierowany do konkretnej grupy docelowej. Przekaz taki jest częścią procesu zwanego brandingiem. Branding, czyli budowanie świadomości marki polega na kreowaniu i utrzymaniu pozytywnego wizerunku konkretnej marki w umysłach konsumentów. Marka jest koncepcją, którą klienci kojarzą z oferowanymi przez firmę produktami czy usługami. Jest ona ściśle związana z reputacją. Aby marka była kojarzoną z dobrą jakością musi mieć dobrą reputację i wierną grupę stałych klientów. Najczęściej stosowane metody budowania świadomości marki to dobór odpowiedniej nazwy marki, logo, hasła reklamowego, adresu strony internetowej, ogólnego wzoru wyglądu oraz przekazu materiałów reklamowych. Wszystkie te sposoby muszą być ze sobą powiązane, stanowić spójną*



MAKOZIN

BOLD

26pt

(POLISH)

**Budowanie świadomości  
(ANG. BRANDING) – technika  
marketingowa polegająca na  
kreowaniu i utrwalaniu w  
kondygnacji umysłu konsumentów faktu istnienia  
pozytywnego wizerunku  
*marki. Aby sprzedać skutecznie  
swoje produkty czy usługi  
reklamowy musi być spójny i  
skierowany do konkretnej grupy  
docelowej. Przekaz taki jest  
procesem zwanym brandingiem.  
Branding, czyli budowanie***

BOLD ITALIC

**Heavy**  
***Heavy Italic***

**fashion show**

*humanist typeface with a stylish appearance*

***MODULATION***

**ATTENTION GRABBING HEADLINES**

**MAGAZINE**

*glossy covered magazines*

**MEDIA CONSUMPTION**

*stylish – endless stream of content*

**advertising**

**Agência de publicidade, também conhecida por agência de propaganda, é uma empresa responsável pela criação, planejamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias. Uma agência de propaganda gerencia todos os processos relacionados à propaganda. A Agência é responsável por assessorar o anunciante em suas necessidades de propaganda, executando trabalhos para a sua realização, coordenando o trabalho dos fornecedores e produtoras, e intermediando as relações entre o cliente e o veículo de comunicação. Para veiculações ou produções em sua cidade, Estado ou em outras regiões, o trabalho da agência dinamiza e racionaliza as atividades de sua empresa. Uma agência de publicidade pode ser de grande porte ou de pequeno porte e ainda assim**

***Agência de publicidade, também conhecida por agência de propaganda, é uma empresa responsável pela criação, planejamento, produção e veiculação de campanhas publicitárias. Uma agência de propaganda gerencia todos os processos relacionados à propaganda. A Agência é responsável por assessorar o anunciante em suas necessidades de propaganda, executando trabalhos para a sua realização, coordenando o trabalho dos fornecedores e produtoras, e intermediando as relações entre o cliente e o veículo de comunicação. Para veiculações ou produções em sua cidade, Estado ou em outras regiões, o trabalho da agência dinamiza e racionaliza as atividades de sua empresa. Uma agência de publicidade pode ser de grande porte ou de pequeno porte e ainda assim atender a demanda do mercado. A oferta deste tipo de serviço é grande e aumenta a cada ano. A quantidade***

MAKOZIN

HEAVY

26pt

(PORTUGUESE)

HEAVY ITALIC

**Agência de publicidade conhecida por agência de PROPAGANDA, É UMA EMPRESA responsável pela criação, planejamento, e veiculação de campanhas publicitárias. Uma agência de propaganda gerencia todos os processos relacionados à propaganda. A Agência é responsável por assessorar o anunciante em suas necessidades de propaganda, executando**



LIGATURES

**ff > ff**

CASE SENSITIVE PUNCTUATION

**(;Caramba!) > (iCARAMBA!)**

ROMANIAN / MOLDOVAN

**dimineața > dimineața**

DUTCH

**míjn > míjn**

SUPERIOR & INFERIOR

**H20 x5 > H<sub>2</sub>O x<sup>5</sup>**

FRACTIONS

**15/342 > <sup>15</sup>/342**

A Á Ā Ą Â Ä À Ā Ą Ą Ã Æ B C C Ć Ç Ć D Đ Ď Ę É  
 Ě Ê Ë È Ē Ę F G Ğ Ġ Ģ I J Í Ú Î Ï Ì Ĵ K Ł  
 Ł Ĺ Ľ Ł M N Ń Ņ ņ Ñ O Ó Ô Ö Ò Ó Ō Ø Õ Œ  
 P Þ Q R R Ŕ Ŗ S Ś Š Ś Ŝ ŝ T Ƨ Ƨ Ƨ Ƨ U Ú Û Ü Ù Ú Ū  
 Ů Ű V W W Ŵ W W X Y Ý Ŷ Ÿ ÿ Z Z Ž Ž a á â ä  
 à ā ą ą ą æ b c ć č ç ć d đ d' đ e é ê ë è ē ę f g ğ  
 ġ ģ h ħ i i í j ĵ ĵ î ï ï ĵ j j k ĳ l l' l' ł m n n' ñ ñ ñ  
 o ó ô ö ò ó ō ø õ œ p þ q r r' r' ŕ s ś š ŝ ŝ ß t t' t' t u  
 ú û ü ù ú ū Ů Ű v w w w x y ý ŷ ŷ ŷ z ź ž ž ff fft  
 ft tt <sup>a</sup> ° Δ Ω μ π 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % ‰ ° 1 2 3  
 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7  
 8 9 1 2 3 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 / 1/2 1/3 2/3 1/4 3/4 1/5 2/5 3/5 4/5 1/6 5/6  
 1/7 1/8 3/8 5/8 7/8 1/9 \* \ . . . ! ; : ; . , ... " ' / \_ ? ¿ ¿ # { }  
 [ ] ( ) { } [ ] ( ) ç ˆ \$ € f £ ¥ ≈ ~ ÷ / = > ≥ Δ ∞ ∫ < ≤  
 ¬ μ − × ≠ ð % ‰ + ± ∏ √ Σ ∎ || @ @ & ¶ © ® § ™  
 ° ℓ ^ † ‡ ‘ ’ ˇ ˘ ˇ ˇ ˘ ˇ ˇ ˘ ˇ ˇ ˘ ˇ ˘ ˇ



A Á Ā Ă Ä À Ā Ą Ą Ā Æ B C C Č Ć D Đ Ď Ę É  
 Ě Ê Ë Ę È Ē Ę F G Ğ Ğ Ğ H H I J Í Ĵ Î Ĵ Ĵ Ĵ Ĵ Ĵ K Ķ L  
 Ĺ Ĺ Ĺ Ĺ Ĺ M N Ń Ń Ń Ń Ñ O Ó Ô Ö Ò Ó Ō Ø Õ Æ  
 P P Q R R Ŕ Ŕ S Ś Ś Ś S T T Ŧ Ŧ U Ú Û Ü Ù Ú Ū  
 Ů Ů V W W W W W X Y Ý Ŷ ŷ ÿ Z Ż Ź Ż a á ă â ä  
 à ā ą ą ą æ b c c č ć d đ d' đ e é ę ê ë è ē ě f g ğ  
 ǵ ǵ h ħ i i í î ï ï ü ý ŧ ĵ j k ħ l l l' l' l' t m n n ŋ ŋ ñ  
 o ó ô ö ò ó ō ø õ œ p p q r r ŕ r s ś ś ś s β t t t' t' t' u  
 ú û ü ù ú ū Ů Ů v w w w w w x y ý ŷ ŷ ŷ z ź ż ź f f f t  
 f t t <sup>a</sup> ° Δ Ω μ π 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % ‰ ° 0 1 2 3  
 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7  
 8 9 1 2 3 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 / 1/2 1/3 2/3 1/4 3/4 1/5 2/5 3/5 4/5 1/6 5/6  
 1/7 1/8 3/8 5/8 7/8 1/9 \* \ . . . ! i j . . ; . , ... " ' / \_ ? ¿ ç # { }  
 [ ] ( ) { } [ ] ( ) ç æ \$ € f £ ¥ ≈ ~ ÷ / = > ≥ Δ ∞ ∫ < ≤  
 − μ − × ≠ ð % ‰ + ± ∏ √ Σ ∅ | ¡ @ @ Œ ¶ © ® § ™  
 ° ℓ ^ † ‡ ' ~ ~ ~ ^ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~ ~

Afrikaans, Albanian, Asu, Basque, Bemba, Bena, Bosnian, Catalan, Chiga, Congo Swahili, Cornish, Croatian, Czech, Danish, Dutch, English, Estonian, Faroese, Filipino, Finnish, French, Galician, Ganda, German, Gusii, Hungarian, Icelandic, Indonesian, Irish, Italian, Jola-Fonyi, Kabuverdianu, Kalenjin, Kinyarwanda, Latvian, Lithuanian, Luo, Luyia, Machame, Makhuwa-Meetto, Makonde, Malagasy, Malay, Maltese, Manx, Morisyen, North Ndebele, Norwegian Bokmål, Norwegian Nynorsk, Nyankole, Oromo, Polish, Portuguese, Romanian, Romansh, Rombo, Rundi, Rwa, Samburu, Sango, Sangu, Sena, Shambala, Shona, Slovak, Slovenian, Soga, Somali, Spanish, Swahili, Swedish, Swiss German, Taita, Teso, Turkish, Turkmen, Vunjo, Welsh, Zulu

Aa Aa

Aa Aa

Aa Aa

Aa Aa

Aa Aa

The Northern Block type foundry was created by Jonathan Hill in 2006 with the goal to design new and original typefaces. Over almost a decade, the company has been producing quality typefaces with a modern aesthetic that appeals to the latest breed of font users including Electronic Arts, Ubisoft, McCann, Interbrand, Triumph and Harman Kardon. In 2013, MyFonts voted the Bauhaus-inspired font Corbert amongst the most popular sans serif designs. More recent achievements include three international awards in the 2014 and 2016 Hiiibrand Typography (Latin) Typeface Category for the fonts Modum, Merel and Halcom. With further expansion into corporate design, font development and non-latin language support The Northern Block makes the perfect partner for your typeface project.

**Makozin designed by Rebecca Hurst. © 2016 by The Northern Block. All rights reserved. The Northern Block trademarks, trade name and intellectual property rights associated with The Northern Block fonts, remain the property of The Northern Block.**

[www.thenorthernblock.co.uk](http://www.thenorthernblock.co.uk)  
[info@thenorthernblock.co.uk](mailto:info@thenorthernblock.co.uk)

© 2015 The Northern Block  
All Rights Reserved

**THE  
NORTHERN  
BLOCK**