

М.Видео-Эльдорадо сертифицировала эквайринг по международному стандарту безопасности PCI DSS

22 декабря 2023 года, Москва, Россия

Группа М.Видео-Эльдорадо, ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой (МосБиржа: MVID), в рамках развития собственного финтех-направления усилила надёжность платёжной инфраструктуры и гарантировала безопасную работу сайта и приложения с платёжными картами. Группа получила Международный сертификат безопасности данных платёжных карт PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) 4:0, который намерена подтверждать ежегодно.

Покупатели М.Видео-Эльдорадо ежегодно совершают более 20 млн операций по банковским картам. В рамках работы по совершенствованию платёжной инфраструктуры компания провела независимый аудит уязвимостей системы безопасности и привела её в соответствие с международными стандартами и требованиями к защите криптографической информации, PIN-кодов и платёжного оборудования. С начала года компания выполнила почти 300 требований безопасности, разработанных пятью крупнейшими платёжными системами.

PCI DSS (Payment Card Industry Data Security Standard) — это набор стандартов безопасности данных, разработанный совместными усилиями ведущих платёжных систем, таких как Visa, MasterCard, American Express, Discover и JCB, для защиты информации о платёжных картах и обеспечения безопасности переводов. Получение сертификата PCI DSS означает, что дата-центры, облачная платформа и программный стек М.Видео-Эльдорадо обеспечивают высокий уровень защиты информации клиентов от несанкционированного доступа, кражи, мошенничества и других видов угроз.

ИТ-специалисты компании полностью исключили человеческий фактор, обновили дата-центры, разработали новые стандарты безопасности и внедрили самые современные протоколы, передовые и эффективные решения для борьбы с уязвимостями. Финансовые данные зашифрованы в платёжную ссылку на настоящие платёжные сведения, которые обрабатываются автоматически с помощью специализированного сегмента инфраструктуры.

Компания также ежеквартально сканирует и обновляет ИТ-системы, обеспечивает высокую безопасность внутренних сетей. Инциденты отслеживаются в режиме реального времени, а при обнаружении угроз безопасности на каждом этапе отслеживания статуса и устранения уязвимостей сотрудники незамедлительно получают уведомления. Все взаимоотношения и ответственность в рамках требований PCI DSS между сервис-провайдерами, а именно между процессинговым центром и дата-центром, а также банками-эквайерами, фиксируются в матрицах ответственности.

О Группе

Группа М.Видео-Эльдорадо (ПАО «М.видео») – ведущая российская компания в сфере электронной коммерции и розничной торговли электроникой и бытовой техникой, объединяющая бренды М.Видео и Эльдорадо. В периметр Группы входит ИТ-компания «М.Тех», сфокусированная на разработке решений в сфере ритейла и электронной коммерции, и крупнейшая в России финтех платформа по объёму выданных кредитов «Директ Кредит».

М.Видео-Эльдорадо развивает как онлайн-платформу, так и сеть магазинов под обоими брендами, общий трафик компании составляет порядка 1,3 миллиардов контактов в год. «М.Видео» и «Эльдорадо» лидируют по уровню общего спонтанного упоминания бренда в категории магазинов, торгующих бытовой техникой и электроникой.¹

Группа М.Видео-Эльдорадо управляет сетью из более чем 1200 магазинов в 370 российских городах от Калининградской области до Камчатки и развивает собственный маркетплейс техники и электроники, что обеспечивает широкий ассортимент и быструю доступность техники на всей территории страны.

Группа М.Видео-Эльдорадо – единственная российская компания в секторе розничной торговли электроникой, чьи акции обращаются на фондовом рынке. В настоящее время торговля акциями компании идёт на крупнейшей российской биржевой площадке – Московской Бирже (тикер: MVID).

Пресс-служба:

Андрей Петров

Andrey.Petrov@mvideo.ru
pr@mvideo.ru

Тел.: +7 (916) 684 76 22

¹ По данным количественного маркетингового трекингового исследования, проведённого ООО «Миллвард Браун АРМИ-Маркетинг» в период с 04.07.2022 г. по 25.12.2022 г. среди 3825 респондентов, проживающих в 348 городах России.